INTRODUZIONE.

Il presente lavoro di ricerca si pone l'obiettivo di compiere una panoramica sul complesso universo dell'editoria videoludica italiana, analizzando l'evoluzione delle varie testate e dei contenuti delle stesse, e ponendo nel contempo la dovuta attenzione ai mutamenti tecnologici e sociali, avvenuti negli ultimi vent'anni, relativi all'ambito di studio preso in esame.

I magazine cartacei presi in considerazione, dopo una breve introduzione riguardante la nascita del fenomeno all'estero, sono pressoché tutte le pubblicazioni apparse in edicola in Italia dai primi anni '80 ad oggi il cui principale servizio al lettore è l'analisi ed il commento delle ultime uscite in fatto di videogiochi. Risultano quindi essere esclusi da questo ambito i libri che hanno per tema i giochi elettronici, e con essi tutti quei periodici, pubblicati soprattutto sul finire degli anni '90, contenenti più di ogni altra cosa trucchi, codici e soluzioni ad essi relativi.

Si è scelto di dedicare, inoltre, un ultimo capitolo alle riviste on-line comparse in rete più di recente: esse col tempo hanno prima affiancato i corrispettivi cartacei, integrandosi ad essi per dar vita a pubblicazioni di una multimedialità difficilmente riscontrabile in altri settori editoriali, poi negli

ultimi tempi sono arrivate a minacciarne la sopravvivenza economica.

Nonostante si sia ritenuta d'obbligo una certa classificazione delle testate in base a target e piattaforme di gioco da esse trattate, l'analisi prosegue essenzialmente in ordine cronologico. Naturalmente, data la simultaneità di molte di esse, si sono resi necessari alcuni salti in avanti ed all'indietro nel corso degli anni, questo per preservare, nella quasi totalità dei casi (fanno eccezione infatti pubblicazioni particolarmente longeve), un discorso unico e compatto relativamente a ciascun giornale.

Sono state individuate essenzialmente quattro fasi nello sviluppo del settore editoriale preso in analisi. Una prima, relativa ai giornali multiformato degli esordi e che va dal 1983 fino alla fine degli anni '80, risulta essere caratterizzata da un mercato poco concorrenziale e dal target piuttosto indefinito. Una seconda, relativa invece ai primi anni '90, vede utenza e mercato iniziare a frazionarsi. In una terza fase, relativa alla seconda metà degli anni '90 ma più che altro alla diffusione di massa del fenomeno videogame, il numero di riviste cresce a dismisura fino ad una saturazione del mercato ed ad un suo conseguente ripiegamento. Infine in una quarta, caratterizzata dallo sviluppo di una moltitudine di approcci differenti al giornalismo videoludico, nascono sia riviste di massa che

orientate a specifici e differenti gruppi di lettori, nonché testate on-line di pari dignità e spessore.

CAPITOLO 1: LA NASCITA DELLE RIVISTE DI VIDEOGIOCHI.

Le prime riviste di videogiochi di cui si abbiano notizie sono in realtà poco più che cataloghi. Pensate per gli operatori del settore, che avevano bisogno di informarsi sulle ultime novità riguardo ai cabinati da distribuire nelle sale giochi, queste testate trattano perlopiù di flipper, biliardi e giochi di questo genere. La prima di esse a scrivere di videogiochi in modo più esaustivo è, nel 1974, *Play Meter* di Ralph Lally, seguita solo un anno più tardi da *RePlay Magazine* di Ed Adlum. Entrambe le riviste offrono news e recensioni riguardanti gli arcade in commercio sul territorio americano. Il successo ottenuto è ragguardevole, al punto da provocare immediatamente dopo un cospicuo aumento di pubblicazioni rivolte esclusivamente al mondo dell'intrattenimento videoludico.

Nel 1977 è Atari, al tempo pressoché monopolista, con la sua console VCS 2600, del neonato mercato dei videogiochi casalinghi, a dare inizio alla diffusione di propri cataloghi. Sebbene di riviste videoludiche nel senso moderno del termine, data la totale mancanza di recensioni dei giochi trattati, ancora non si possa parlare, per la prima volta il punto di riferimento di coloro che queste pubblicazioni curano è il videogiocatore medio e non più l'esperto del settore. Questi

cataloghi, diffusi previa iscrizione al *VideoClub Atari*, per tutti i primi anni '80 costituiscono il principale veicolo di informazione in fatto di videogiochi. Nel 1981 ancora Atari lancia sul mercato *Atari Age*, la prima rivista di videogiochi d'impostazione moderna.

Per quanto riguarda invece le riviste indipendenti, vale a dire slegate dai produttori di hardware e software e quindi teoricamente obiettive, la prima risale al 1982, ed è quell'*Electronic Games* che si rivela un insperato quanto sorprendente successo editoriale. Visti i volumi di vendita di *EG*, e data la pressoché totale mancanza di concorrenza di cui la suddetta testata si ritrova a beneficiare, sono da quel punto in poi in molti a credere nelle possibilità di questo mercato: nello stesso 1982 fanno la loro comparsa in edicola *Videogames*, *Videogaming Illustrated* (titolo che fa il verso al ben più conosciuto *Sport Illustrated*), ed *Electronic Fun With Computer & Games*. Tutte trattano di giochi da bar, giochi per computer e console domestiche, ed alle esaurienti recensioni iniziano ad affiancare rubriche tematiche ed intere sezioni dedicate ai trucchi da utilizzare nei giochi del momento. Anche la Mattel, realizzato il successo della sua console Intellivision, fa il suo ingresso nel mercato delle riviste con il magazine *Blip*.

Dopo un tale boom è naturale una fase di ridimensionamento del mercato, e nel 1983 molti giornali con

appena pochi mesi di vita cessano le pubblicazioni o si fondono tra loro per sopravvivere. È proprio da qui in poi che nascono le prime riviste “storiche" di videogame, alcune delle quali addirittura presenti sul mercato ancora oggi. Nel 1983 fa la sua comparsa in edicola quella che per lungo tempo è stata la più famosa testata indipendente del settore: l'inglese *Computer & Videogames*. Dotata di tutto ciò che una moderna rivista offre (recensioni, anteprime, speciali, trucchi, soluzioni, record), *C+VG* è inoltre attenta anche a quella branca dell’informatica meno strettamente connessa all’intrattenimento. Non sono, infatti, inusuali al suo interno articoli riguardanti i sistemi informatici del tempo, o anche listati di programmi da compilare con il proprio computer. La geniale idea (una sorta di primitiva versione di “software allegato”) riscuote numerosi consensi ed è ripresa da quasi tutte le altre testate dell'epoca. Inizialmente dedicata ai computer e agli arcade, *C+VG* ben presto si espande all’utenza delle console. Sempre in Inghilterra, nell’aprile del 1984, inizia le pubblicazioni *Big K*, rivista dedicata al solo settore degli home computer, ed un anno più tardi, infine, è la volta di *Zzap!64*[1], giornale dedicato prima ai soli home computer 8 bit, poi a tutti i sistemi 8 bit in circolazione console comprese.

[1] http://www.zzap64.co.uk/.

CAPITOLO 2: LA PRIMA FASE IN ITALIA, GLI ANNI ’80.

2.1 – Videogiochi e lo Studio VIT.

Almeno inizialmente, anche in Italia l'unico modo per avere notizie approfondite sui giochi in commercio è quello di consultare i depliant inseriti nelle scatole delle console o nelle custodie dei giochi. Valida alternativa consiste, per lungo tempo, nel farsi spedire a casa i cataloghi delle più note aziende di distribuzione giocattoli per conoscere i prodotti di futura importazione.

Nel 1982 il settimanale *L’Espresso*, emulando un numero di poche settimane prima della nota rivista americana *Time*, dedica una copertina al mondo dei videogiochi[2]. È un chiaro segno di come il fenomeno si potesse ormai considerare emerso.

È il gennaio del 1983 quando il Gruppo Editoriale Jackson inizia le pubblicazioni della prima rivista riguardante videogiochi in Italia. *Videogiochi,* nome apparentemente semplice ma al tempo vocabolo del tutto nuovo nel lessico italiano, arriva in edicola al ragguardevole costo di 2500 Lire e si presenta in copertina come “la prima rivista di videogames –

---

[2] Cfr. “Time”, 25 Ottobre 1982, n. 43, copertina; Cfr. “L’Espresso”, 27 Dicembre 1982, n. 53, copertina.

computer – giochi elettronici”. La redazione principale, solo di tanto in tanto coadiuvata da giornalisti d’oltreoceano, è collocata negli uffici milanesi della Jackson, è sono i giovani Riccardo Albini e Benedetta Torrani a gestire un impegno giornalistico nuovo ed i cui canoni sono in Italia del tutto da inventare. Ben presto si affiancano loro Alberto Rossetti, Maurizio Miccoli e numerosi altri valenti collaboratori.

Il prodotto del loro lavoro, osservato oggi, appare di una modernità sorprendente. *Videogiochi* è una rivista solitamente di 80 pagine, multiformato (o multipiattaforma, termini entrambi coniati in seguito, e che, contrapposti a monoformato/monopiattaforma, stanno a significare che non tratta una macchina da gioco specifica ma tutti i sistemi in commercio), con una grafica semplicissima ma piacevole, e con al suo interno le principali tipologie di rubriche che da lì a vent’anni avrebbero caratterizzato questo tipo di pubblicazioni.

Non anticipata da alcun editoriale di sorta, la prima rubrica di *Videogiochi* si chiama “Ready, colpo d’occhio sul mondo dei videogiochi”, ed è in pratica un resoconto in breve dei recenti avvenimenti che hanno coinvolto il giovane mondo dell’informatica ludica. Seguono degli “Speciali”, in un primo momento aventi come argomento soprattutto la nuova moda dei film in computer grafica (si pensi a Tron della Disney), o interviste a programmatori e altre figure di spicco

dell’ambiente. Successivamente trovano posto le pagine dedicate alle recensioni. L’analisi ed il giudizio di un esperto riguardo un videogame, utile ad indirizzare il lettore/videogiocatore verso i prodotti più meritevoli, è da sempre stato probabilmente la principale ragione dell’acquisto di una rivista e, di conseguenza, lo si può considerare uno dei più importanti metri di giudizio sulla qualità di una testata.

L’approccio di *Videogiochi* alla complessa questione delle recensioni è innovativo per il tempo, ed al giorno d’oggi, come successivamente vedremo, di particolare attualità. I giochi sono infatti descritti, più che giudicati. Una valutazione di sorta traspare dalle parole del giornalista, ma essa non risulta mai particolarmente sbilanciata e soprattutto non si concreta in alcun voto numerico, cosa invece quasi di prassi al tempo sulle testate concernenti i film o la musica. Sono trattati l’uno accanto all’altro i titoli relativi a tutti i sistemi da gioco esistenti, mentre le recensioni di quelli da bar sono in una sezione a sé stante, successiva.

Nella parte finale della rivista trovano spazio le classifiche dei titoli più venduti negli USA (ben presto sostituita da una graduatoria dei coin-op[3] più affollati), in

---

[3] Il coin-op (coin operator: operante a moneta) o videogioco arcade è un cabinato da intrattenimento che inizia a diffondersi alla fine degli anni settanta, generalmente nelle sale-giochi e nei locali pubblici. Inizialmente cloni di Pong, presto i vari Pac-Man, Space Invaders ed Asteroids, iniziarono ad utilizzare una tecnologia sempre più avanzata.

Italia, ed una graduatoria stabilita dalle preferenze dei lettori. Gli speciali della rivista, immediatamente successivi in ordine di foliazione, diventeranno uno storico punto di riferimento nell'ambito dell'editoria videoludica: quello sulla storia dei videogiochi, sulle console in commercio nel 1983, sui giochi portatili, o anche sugli home computer sono esempi di un giornalismo videoludico precursore, fondante.

Alla fine dello stesso anno sulla rivista iniziano a comparire recensioni di software per home computer, e comincia, sebbene ad uno stato ancora primordiale, una certa interazione con il lettorato: prima prende il via una sorta di corso di programmazione generica e di videogame (le testate della Jackson sono sempre state piuttosto "professionali", nel loro approccio all'informatica), poi ad essa viene affiancato una sorta di concorso che sarebbe stato vinto da chi avrebbe avuto l'idea più originale per un nuovo videogame, concorso che vede una straordinaria partecipazione di lettori. Ancora nell'ambito dell'intenzione di fidelizzare il lettorato, oltre che pagine dedicate ad un mercatino dell'usato ed altre ancora occupate da record e gare organizzate (iniziano i primi tornei di videogame, un fenomeno del tutto nuovo), è introdotta la rubrica chiamata "Il posto della posta", spazio epistolare ad inizio rivista seguita ben presto dalla rubrica ad esso complementare "A domanda risponde", nella quale lo scambio di domande/risposte tra lettori e rivista è ancora più diretto.

Comincia il 1984 e sotto la testata dopo pochi numeri la scritta diventa “La prima e unica rivista di videogames – giocomputer – giochi elettronici” (la dicitura “giochi elettronici”, in effetti ridondante, dura soltanto pochi mesi) ed il prezzo aumenta a 3000 Lire. La grafica si evolve e diventa man mano sempre più piacevole e meno grezza, mentre le stesse recensioni subiscono delle modifiche. Adesso divise in paragrafi, ciascuno dei quali discute un diverso aspetto del gioco preso in analisi, esse terminano con una sintesi finale ancora priva però di voto. La sezione riguardante gli home computer cresce e ciascuno dei vari computer che si contende il mercato guadagna delle pagine dedicate con tanto di recensioni e listati[4].

Dal gennaio ’85 la rivista passa a 3500 lire, e Riccardo Albini assume la carica di direttore. Il ripiegamento su se stesso del mercato di calcolatori e software relativo non favorisce le vendite della rivista, che si vede costretta da un rilevante ridimensionamento di investimenti da parte della casa editrice. Mentre la sezione delle news diviene esteticamente più pulita, le recensioni dei giochi per home computer prima raggiungono e poi sopravanzano in numero quelle per console, macchine in forte crisi. La divisione per

[4] I listati sono delle sequenze di istruzioni in particolari linguaggi di programmazione, alla fine della compilazione delle quali si ottiene un software funzionante. La loro pubblicazione è stata una costante di tutte le riviste Jackson dei primi anni ’80.

sistemi, insieme alle pagine con i listati ed al corso di programmazione, scompare, ed aumenta il numero di pagine fatte con un tipo di carta più economica: tutta la parte centrale della rivista occupata da gare e record, diviene di “pagine gialle”, così com’erano state scherzosamente chiamate dai redattori.

*Home Comp*uter, altro magazine edito da Jackson e nato nel frattempo da una costola di *Videogiochi*, si vede costretto a chiudere i battenti ed a confluire in quest’ultima, la quale in ogni caso pur assumendo il nuovo nome *Videogiochi e Computer*, resta inalterata quasi persino anche nella testata.

Nel 1986 la situazione in fatto di vendite per *Videogiochi e Computer*, il cui continuo rinnovarsi ha finito con lo snaturare quello che era il suo progetto iniziale, è particolarmente deficitaria. Alcuni elementi importanti della redazione quali Alberto Rossetti, Maurizio Miccoli e Bill Marco Vecchi partecipano sempre meno alla stesura della rivista, fino a firmare nel maggio dello stesso anno il primo numero di un nuovo giornale videoludico, edito questo dalla Edizioni Hobby, anch’esso destinato a fare storia: *Zzap!*. A giugno si uniscono a loro Albini e Torrani, fondando la redazione indipendente chiamata Studio VIT, Studio Videogiochi ITalia. Intanto che la giovane rivista della Hobby muove i suoi primi passi ed inizia a guadagnarsi una fetta di lettorato sempre più ampio, si consuma la crisi della testata

Jackson: nonostante i redattori dello Studio VIT e gli altri continuino a collaborare conciliando a questo gli impegni da poco assunti con *Zzap!*, ogni rinnovamento apportato sembra essere senza una direzione ben precisa ed una razionale strategia di marketing. In estate la rivista non esce per due mensilità, poi nel settembre (numero 37) con l'aumento di prezzo a 4000 Lire annuncia un nuovo formato ed un nuovo nome fin dal mese successivo. In ottobre la rivista è in edicola con il nome *Videogiochi News*, ed in un improbabile formato tabloid. L'esperimento dura soltanto otto numeri: evidentemente non è la strada da percorrere. Paolo Cardillo, direttore esecutivo, scrive così nell'editoriale del numero 45: "L'avvento di nuove tecnologie nel campo dell'informatica, come il videodisco, i CD-ROM, le memorie magnetiche, le credit-card a microprocessore, hanno influenzato pesantemente anche il mondo del videogioco, che è aumentato in complessità e interattività tanto da avvicinare sempre di più le consolle e gli home-computer ai più sofisticati personal computer. Oggi chi gioca ai videogame è sempre più spesso anche un utente informatico evoluto, che guarda al mondo dei PC con molta più attenzione di un tempo, interessato non solo al gioco puro, ma anche al software in genere, e a tutte le novità del mercato. Per dare ai lettori una visione più completa dell'informatica individuale legata al mondo dei personal computer, *Videogiochi News* amplia i propri orizzonti

trasferendosi dal prossimo numero su *Bit*, la rivista del Gruppo Editoriale Jackson dedicata a tutta la microinformatica, dove sarà presente come inserto dedicato ai videogames. Appuntamento su *Bit*, dunque, a tutti i fedelissimi lettori del più importante mensile di giochi per computer e consolle.". La filosofia della Jackson traspare chiarissima dalle parole di Cardillo: dedicarsi all'ambito più professionale dell'informatica è la priorità della casa editrice, considerando che essa prevede un approdo del divertimento videoludico quasi totalmente su piattaforme Personal Computer.

L'approccio iniziale di *Videogiochi*, che si poneva verso il proprio lettore come seria ed autorevole guida all'interno del mondo del divertimento videoludico, aveva funzionato. I problemi erano in effetti sorti quando quest'identità era andata via via smarrendosi in nome di una non troppo ponderata ricerca di un lettorato nuovo e più giovane. L'idea, tutto sommato giusta ed il contemporaneo successo di *Zzap!* ne è la prova, non era stata però perseguita con i mezzi appropriati ed aveva finito per dare alla rivista un tono stucchevole e poco autorevole allo stesso tempo.

Mentre *Bit* ed il suo nuovo inserto *Guida Videogiochi* scompaiono dopo qualche tempo[5], la giocosa e divertente *Zzap!* riscuote sempre più successo.

---

[5] L'ultimo numero è datato dicembre 1990.

2.2 – Zzap!, la rivista dei lettori.

Come abbiamo anticipato, nel maggio del 1986 *Zzap!* inizia le pubblicazioni, ed è un debutto talmente in sordina che sono davvero poche le edicole ad esserne provviste. Il nuovo giornale, in vendita a 3500 Lire, si presenta come "edizione italiana della rivista inglese più venduta" (ovvero *Zzap!64* della Newsfield, alla quale abbiamo già accennato), e strilla in copertina i suoi sistemi di gioco di riferimento, in altre parole quei computer ad 8bit che stavano monopolizzando il mercato del videogioco (Commodore 64, Commodore 16, Spectrum, MSX). Questo profondo legame con le macchine da gioco trattate è un'assoluta novità: pur mantenendosi multiformato, la rivista assocerà tanto il suo nome agli 8bit da seguire questi home computer in tutta la loro parabola, sia ascendente sia discendente.

Fin dal primo editoriale *Zzap!* rinnega una crisi nel settore, affermando anzi quanto 1200000 home computer installati in Italia fossero sintomo di un mercato più che florido. L'approccio al lettore è a mo' di divertente guida all'acquisto dei videogiochi: rispetto alla prima *Videogiochi* ci sono infatti molte più recensioni ed esse sono corredate di giudizi finali veri e propri e molteplici parametri di valutazione. L'introduzione dei termini di valutazione "Presentazione", "Grafica", "Sonoro", "Appetibilità" (una

sorta di “Giocabilità”), “Longevità”, “Rapporto qualità/prezzo” (che ben presto si trasforma in “Valore”), e di un giudizio globale in percentuale, rappresenta una notevole sferzata verso la “quantificazione” quasi scolastica della qualità di un gioco, cosa dalla quale *Videogiochi*, riferendosi ad un pubblico più adulto, aveva ritenuto giusto astenersi. Addirittura ai migliori giochi sono virtualmente assegnate una “medaglia d’oro” ed il titolo “gioco caldo”. La rivista dedica pagine ai recordman, e pubblica le classifiche dei giochi preferiti per le quali si richiede ai lettori un’appassionata partecipazione. I trucchi, addirittura per alcuni videogame delle mappe disegnate a mano, rivestono un ruolo di prim’ordine, come del resto le tantissime altre rubriche, come una sorta di angolo dei “retroscena” sulle figure di spicco dell’intrattenimento videoludico (aiuta a creare miti, come nel caso del programmatore Jeff Minter[6], ad esempio), o quella sulle avventure testuali. Non mancano news e un gran numero di pagine dedicate alle macchine da bar, così come nelle ultime pagine addirittura l’esperimento, dalla durata piuttosto

[6] Cfr. “Zzap!”, giugno 1986, n. 2, pag. 47. Jeff “Yak” Minter (Reading, 22 aprile 1962) è un programmatore inglese. Fondatore della Llamasoft, tuttora attiva, ha dato alla luce, soprattutto negli anni ’80, un considerevole numero di videogame di successo. Noto anche per il suo essere un personaggio piuttosto singolare (una sorta di hippie dell’informatica), è autore ogni mese di un corsivo sulla rivista inglese *Edge*.

breve a dire il vero, di pubblicare un fumetto a puntate dal titolo “The terminal man”.

Evidentemente quindi *Zzap!* inizia il suo percorso editoriale con tantissimi pregi sul lato contenutistico, tanti quanti sono però i difetti dal punto di vista estetico. Fatta con i pochi mezzi di chi si sta lanciando con molta cautela su di un mercato nuovo, la nuova rivista fa sfoggio di facciate in bicromia con foto in bianco e nero, box letteralmente incollati alle pagine, poche finezze in fotolito, commenti su di un fondo piatto con uno solo dei colori fondamentali della quadricromia, ed infine addirittura qualche visibile segno dello scotch che tiene insieme le pellicole.

Nonostante tutto ciò i patiti del joystick, emarginati da un mondo mediatico che li osserva con una certa ostilità, trovano nella rivista il loro punto d’incontro, finendo per leggerla con una passione non lontana dal fanatismo: nomi, date, programmatori, tutto è imparato a memoria, tutto diventa sottocultura condivisa[7]. *Zzap!* crea una vera e propria comunità attorno a sé, e lo fa con la verve umoristica delle recensioni, i commenti sprezzanti, la posta che numero dopo numero si distingue sempre più per i flame[8] scatenati dai polemici di turno. I lettori interagiscono, si crea una vera e

[7] Paolo Besser, *Le abbiamo viste tutte!*, in http:// www.zzap.wide.it/.
[8] Un flame (fiammata) è un messaggio polemico che può anche arrivare a contenere improperi. Possono degenerare in “flame war” quando entrambi gli interlocutori assumono lo stesso polemico atteggiamento.

propria schiera di personaggi a metà tra redazione e lettorato che entrano a far parte della mitologia dei videogiocatori italiani tutti, come i vari Marco Spadini, FFS, o il giovanissimo Matteo Bittanti.

Sebbene i computer a 8bit abbiano da poco soppiantato le vecchie console, già s'intravede il passo da gigante che il progresso in ambito informatico è in procinto di compiere: l'Amiga della Commodore e l'ST di Atari, macchine per il tempo potentissime ed a 16bit, fanno capolino sul mercato. *Zzap!* accoglie con un certo entusiasmo le avvisaglie del cambiamento, diversamente dai suoi lettori, ma ad ogni modo le recensioni restano ancora a lungo ancorate ai vecchi home computer. A tal proposito Riccardo Albini, agli inizi del 1987, presagisce un futuro sempre più nero per le tecnologie dell'epoca, sebbene alla prova dei fatti quelle successive impieghino almeno un paio d'anni ancora prima di affermarsi e, sul piano del software, diventare veramente competitive nei riguardi del diffusissimo C64.

È l'estate del 1987 quando, con l'introduzione di un computer Apple Macintosh in redazione, arriva per *Zzap!* la prima vera rivoluzione: finalmente diventa possibile utilizzare un programma di DTP[9] per l'impaginazione, e, seppure niente affatto esente da errori, il numero 14 rappresenta un

---

[9] DeskTop Publishing, programmi evoluti di impaginazione in grado di realizzare quotidiani e libri.

considerevole avanzamento in fatto di grafica. Si completa così quel processo iniziato pochi mesi prima, con la conversione al colore di tutte le fotografie e l'avvento delle prime recensioni per Amiga e ST. Il mercato inizia ad evolversi e ad espandersi, e la rivista sembra cambiare in meglio di pari passo: nel numero 16 avviene il passaggio alla piena quadricromia di tutte le pagine della rivista. Oramai è numero dopo numero più completa, più patinata, più bella da vedere, sempre più rivista e meno "manifesto rivoluzionario". È giunto il momento di farsi accettare nel mondo dell'editoria seria, senza porre l'accento continuamente sulle proprie origini estranee ed insolite.

Possiamo considerare i primi mesi del 1988 come un'appendice dell'anno precedente: la continuità con cui i titoli per Commodore 64, nonostante le ombre gettate dai nuovi computer, escono e raccolgono consensi unanimi ne è la riprova. Con uno speciale sul software a 16 bit e sui giochi creati dai lettori con il SEUCK[10], si chiude ad aprile il primo capitolo della storia di *Zzap!*: Riccardo Albini e tutto lo Studio VIT salutano per sempre la rivista, restituendo alle Edizioni Hobby il compito di redigerla.

---

[10] Shoot 'Em-Up Construction Kit, particolare videogame della Sensible Software, in realtà più vicino ad essere una sorta di editor per la programmazione di shoot'em-up. Gli shoot'em-up, o sparatutto, sono avvincenti giochi di sparatorie, al tempo caratterizzati da bidimensionali visuali laterali o dall'alto.

Il numero 23, del maggio 1988, è il primo curato dalla nuova redazione. Le premesse non sono certo delle migliori: anziché la solita opera d'arte di Oliver Frey, eccezionale disegnatore d'oltremanica, sulla copertina del numero 23 capeggia un simpatico quanto terribilmente piatto PacMan su sfondo a pallini. A rassicurare tutti, in ogni caso, ci pensa nell'editoriale l'allora sconosciuto Bonaventura Di Bello, uno spectrumista convinto reduce dalle pubblicazioni "avventurose" della Hobby. Tutto, disegno di Frey in copertina compreso, il mese successivo torna come prima, e gli stessi cambiamenti grafici non sono sostanziali e risultano piacevoli. La rivista essenzialmente quindi prosegue il suo lavoro con continuità.

Che il brand, ad ogni modo, stia lentamente cambiando pelle, appare chiaro quando la nuova redazione abbandona il sottotitolo "edizione italiana della rivista inglese più venduta" sostituendolo con un più amichevole e patriota "la rivista di videogiochi più venduta in Italia". Ad ottobre (è il numero 27), sparisce anche la scritta verticale "VIDEOGIOCHI". L'editoria videoludica italiana, oramai prossima all'affrancarsi da quella inglese, comincia ad essere un prodotto più maturo, così come un acquirente più maturo è il target cui si riferisce, intendendo con tale termine una raggiunta consapevolezza commerciale più che di gusti e di spirito. Inizia finalmente a formarsi il primo nucleo della redazione italiana: al lavoro di

traduzione e integrazione dei testi inglesi per opera di Di Bello, si affiancano quello di Fabio Rossi (caporedattore) e dei primi collaboratori, tra cui Stefano Giorgi. La grafica della rivista si è intanto fatta un po' meno briosa e colorata, in favore di un registro più tradizionale e serioso. Ciò nonostante, le quantità di bianco iniziano a diminuire drasticamente: appaiono i primi fondini, e le rubriche crescono di numero qualità e varietà. Sul finire dell'anno la rivista rinuncia alle recensioni relative alle macchine a 16bit, che passano alla neonata *The Games Machine* (*TGM*), aumenta il prezzo a 4000 Lire e supera, per la prima volta, il tetto delle 100 pagine. Il Commodore 64, oramai unico punto di riferimento della rivista, vede pubblicati i giochi più belli della sua storia: Il 30, del gennaio 1989, è a tutti gli effetti un numero storico, dato che ben sette giochi (Microprose Soccer, Total Eclypse, Thunder Blade, Neuromancer, Robocop, R-Type e Batman) superano nel giudizio finale il voto del 90%. Il numero 33, di aprile, rimane nella memoria come "quello di Zak McKracken 2", gioco totalmente inventato dalla fervida immaginazione redazionale: per la prima volta una rivista d'informatica confeziona un "pesce d'aprile", pratica che negli anni successivi sarebbe divenuta prassi per un po' tutte le testate e per *TGM* in particolare. Da qui alla fine dell'anno continuano ad essere pubblicati titoli di richiamo, ma questi iniziano a mancare dell'originalità e dell'entusiasmo che ne avevano

caratterizzato i predecessori. Sul numero di ottobre appaiono per le prima volta, ad affiancare quelle riguardanti la redazione inglese, delle caricature a fumetto di redattori italiani, ossia Marco Auletta, Antonello Jannone, Stefano Gallarini e Max Reynaud. La redazione si è intanto ampliata, e compaiono, oltre ai succitati, anche i nomi di Giorgio Baratto, Matteo Bittanti, Paolo Cardillo, Simone Crosignani, i fratelli William e Giorgio Baldaccini. Cambio radicale della guardia, inoltre, per la redazione inglese: i vari Gordon Houghton, Paul Glancey, Julian Rignall e Katy Hamza, letti fino a quel momento, lasciano il posto a Phil King ed a Robin Hogg[11].

È il 1990, ed il nuovo decennio inizia all'insegna della violenza digitale, con una bella copertina di Oliver Frey ispirata a Operation Thunderbolt. Non è un caso: i giochi diventano più seriosi e "da film" (molti di essi peraltro sono proprio dei tie-in[12] cinematografici), e la rivista ne cattura lo spirito. Appaiono intanto recensioni per console (presenti anche su *TGM*), macchine da gioco la cui diffusione è nuovamente in crescita grazie agli investimenti di Sega e Nintendo.

---

[11] http://www.zzap64.co.uk/, cit.

[12] Trasposizioni videoludiche di titoli cinematografici, le quali storicamente quasi mai si sono rivelate dei videogame meglio che mediocri. Significativo il fatto che negli ultimissimi anni la tendenza si sia invertita: sta capitando molto più di frequente che vengano girati film ispirati a giochi che non viceversa.

Quello che sarebbe poi stato chiamato lo “stile *TGM*” continua ad essere il marchio di fabbrica della rivista. È come fosse, ed in effetti non è per niente lontana dall’esserlo sul serio, scritta da videogiocatori per niente differenti da quelli che la leggono. I redattori leggono recensioni, giocano, litigano fra loro per stabilire quale fra due giochi concorrenti è il migliore, danno vita a tornei redazionali descritti con divertito entusiasmo. Il tono è colloquiale, la sensazione è di leggere numero dopo numero una lunga lettera di amici vicinissimi in fatto d’età[13], gusti ed interessi, che raccontano ogni mese un po’ di loro ed un po’ di videogiochi. Ben presto, a riprova di quanto appena descritto, alcuni redattori vengono reclutati proprio dal lettorato. Al caso del già citato Matteo Bittanti, in un primo momento semplice lettore (le cui polemiche lettere erano puntualmente pubblicate nella rubrica epistolare), e solo successivamente assunto come redattore e curatore della stessa posta, si aggiungono situazioni simili, come quella di Paolo Besser e Davide Corrado, inventori di *BovaByte*. La fanzine *BovaByte* era nata nel 1988, tra i banchi di scuola di un liceo di Vigevano, in provincia di Pavia, con l’ingenuo e goliardico intento di ironizzare su quanti si ritenessero esperti del mondo informatico. Messa insieme con colla e graffette dai giovanissimi Besser e Corrado, mettendo

[13] In effetti l’età dei redattori è sorprendentemente bassa, e non è raro trovare fra loro ragazzi neanche maggiorenni.

insieme articoli scritti a mano da loro stessi nonché da saltuari collaboratori, finisce per colpire particolarmente Marco Auletta e Giorgio Baratto, allora redattori di *Zzap!* e *The Games Machine*, che ne fanno ospite quasi fisso delle due riviste. In seguito la fanzine ottiene una rubrica tutta sua e con il proprio umorismo demenziale crea un vero e proprio filone alternativo nell'ambito del giornalismo tecnico. *BovaByte* ha il merito di rendere l'informatica un argomento "quotidiano", amichevole, sul quale si può scherzare e fantasticare, molto spesso mettendo alla berlina quel giornalismo tecnico incompetente, spesso scandalistico, che contraddistingue in quel periodo tanta stampa italiana. Un “giornale nel giornale” vero e proprio, a suo modo, e non è un caso che sopravvivrà alla stessa *Zzap!*.

Il 1990 si trascina senza troppi entusiasmi fino a dicembre (i fasti di due anni prima sembrano lontanissimi), quando *Zzap!* celebra il suo numero 50 con un notevole redazionale in cui ricorda, in uno spazio comunque piuttosto succinto, tutte le medaglie d'oro assegnate fino a quel momento.

Che il 1991 non sarebbe stato un anno più esaltante del precedente, lo si vide sin dalla prima copertina: le Tartarughe Ninja non sono infatti un soggetto particolarmente riuscito. Appaiono le prime due recensioni per Neo Geo (console destinata ad uno scarso successo), mentre il C64 ha un ultimo

momento di prolificità del software ad esso dedicato intorno al mese di febbraio. All'inizio dell'anno la Edizioni Hobby diventa Xenia Edizioni, ma non è l'unico cambiamento degno di nota. Il corpo redazionale del giornale subisce notevoli modifiche, e la direzione della rivista passa completamente in mano a Stefano Gallarini, con un Bonaventura Di Bello che esce improvvisamente di scena dopo un ultimo nostalgico editoriale. La nuova impaginazione prevede molte più pagine colorate, commenti tondeggianti e caricature leggermente deformi, ma non riporta troppi consensi e nei mesi successivi subisce continue modifiche.

Nella seconda metà del '91 la Newsfield Publications fallisce, e *Zzap!* perde tutti i legami con il suo passato anglosassone, diventando a tutti gli effetti una rivista italiana. Mentre la Xenia si amplia ed inizia le pubblicazioni di una terza rivista, *Consolemania*, totalmente dedicata al mondo delle console a 8 e 16bit, lo spirito di *Zzap!*, confortato dalle vendite comunque soddisfacenti nonostante il mercato degli 8bit sia al collasso, rimane invariato. A ben vedere si è giunti al punto in cui il prodotto in sé non ha alcun valore, ma è la marca, la testata, il peso persino affettivo che molti lettori attribuiscono al giornale a vendere[14].

[14] Vd. Laura Minestroni, *L'alchimia della marca*, Franco Angeli Editore, 2002.

Nel 1992 iniziano digressioni sul passato delle macchine da gioco da sempre trattate dal giornale, più una serie di nuove rubriche nate con il chiaro scopo di riempire lo spazio lasciato inesorabilmente vuoto dalla penuria di software da recensire. L'impaginazione subisce stravolgimenti a volte davvero poco felici, e soltanto a partire da aprile inizia a ritrovare una sua dimensione. La posta, orfana prima di Matteo Bittanti e poi di Carlo Santagostino, passa da Ricki (pseudonimo di Massimo Reynaud) ai "Bovas", i già citati Paolo Besser e Davide Corrado, i quali svolgevano già il medesimo compito su *Consolemania*. È da notare che ancora una volta la rubrica epistolare passa a qualcuno che prima di essere redattore aveva letto la rivista, partecipando peraltro con proprie missive alla posta della stessa. Le vendite iniziano ad essere in netto calo, e le strategie pubblicitarie dell'editore per rilanciarle non paiono essere all'altezza della gravità della situazione: si da vita persino ad un concorso con cui *Zzap!* avrebbe regalato 300 orologi personalizzati. Sono iniziative tipiche di altra editoria, e piuttosto ingenue vista la scarsissima attinenza del proprio pubblico con la tipologia di regalo promosso.

Giancarlo Calzetta e Paolo Besser si succedono nel ruolo di caporedattore, ma la situazione resta pressoché invariata, fino a quando la rivista cessa le pubblicazioni nel dicembre del '92. Dal mese successivo *Zzap!* si trasforma in

un inserto di sedici pagine incluso al centro di *The Games Machine*. Seppur in formato ridotto, la rivista riesce lo stesso a mantenere inalterato il suo spirito goliardico e indipendente, e continua a proporre recensioni di un certo spessore. Nel frattempo, con l'inesorabile dipartita degli 8bit dal mercato, *BovaByte* da ospite diventa protagonista. *Zzap!* riceve sempre meno giochi da recensire e i lettori, che non hanno ancora abbandonato il loro vecchio computer o console, si legano sempre più alle rubriche aperte alla loro partecipazione come l'angolo della posta e *BovaByte*.

Trascorre un anno esatto dalla pubblicazione dell'ultimo numero a sé stante della rivista, quando anche l'inserto completa il suo ciclo editoriale e viene soppresso. Nell'ultimo, malinconico editoriale del dicembre '93 i redattori vecchi e nuovi salutano una rivista che ha "rappresentato un'epoca"[15]. Come scopriremo poi, la storia di *Zzap!* è lungi dall'essersi completata, ma ci vorranno degli anni prima che la sua testata, in qualche modo, ricompaia. La rivista Xenia chiude quindi la sua onorata carriera dopo aver caratterizzato per intero la prima fase dello sviluppo del fenomeno-videogiochi in Italia.

---

[15] Art. Red., *Zzap! n. 84*, in "The Games Machine", n. 59, dicembre 1993, inserto.

2.3 – Un notiziario sui videogiochi: Videogame & Computer World.

Al contrario di *Videogiochi*, testata la cui iniziale riuscita nelle vendite era stata di certo favorita dalla totale assenza di concorrenti, *Zzap!* si era imposta su di un mercato che era andato arricchendosi di giornali sempre più interessanti. Mentre infatti *The Games Machine* e *Consolemania* volgevano lo sguardo rispettivamente al mondo dei 16bit ed a quello delle console, non entrando concretamente in competizione con la loro rivista gemella, *K*, *Videogame & Computer World*, e *Computer + VideoGames* (*C+VG*), nate pressappoco tutte pochi mesi dopo *Zzap!*, si ponevano sul suo medesimo piano ed avevano un target non dissimile. Mentre di *TGM*, *Consolemania*, *K* e *C+VG* sarà opportuno parlare più avanti, in quanto riviste appartenenti ad una sorta di "seconda fase" dell'editoria videoludica italiana, *Videogame & Computer World* è un caso a sé stante, peraltro verificatosi in tempi quasi del tutto coincidenti a quelli della più vecchia delle testate Xenia.

Nata nel marzo del 1988 su iniziativa della Derby di Milano, la quindicinale *Videogame & Computer World* è l'unica rivista di videogiochi che in Italia abbia mai avuto questo tipo di periodicità. Più piccolo, eppure con tutte le rubriche che *Videogiochi* aveva reso canoniche in una rivista

del settore nonché con degli speciali sui più svariati argomenti, il giornale della Derby è una sorta di “notiziario” per il videogiocatore: posta, news comprensive di anteprime, recensioni di programmi e di giochi, recensioni di avventure, soluzioni, rubrica sui giochi da tavolo, speciali, anche una pagina divisa fra trucchi ed annunci economici, tutto atto ad imporsi come guida puntuale ed approfondita al prezzo di 3000 Lire ogni due settimane. In effetti, così come nell’editoriale viene più volte rilevato e non senza una palese vena polemica, la si può considerare la prima rivista in tutto e per tutto italiana, giacché essa non ha mai tradotto alcuna recensione da pubblicazioni straniere. Probabilmente è soprattutto in quest’ottica che si può leggere il forse fin troppo evidente sostegno alle software house italiane del tempo, Simulmondo su tutte.

Tornando ad un’analisi formale della rivista prima ancora che contenutistica, essa risulta essere quasi del tutto priva di pagine pubblicitarie, mentre la grafica è, in nome della chiarezza più assoluta, semplicissima e senza fondini. Le recensioni, con valutazione finale in unità e decimi, sono numerose, ben scritte, ed appaiono tutte prive della firma di chi le ha curate. È una scelta editoriale: lì dove *Zzap!* fa dei propri redattori quasi dei personaggi da fumetto (non a caso ne pubblica in continuazione le caricature), intrattenendo oltre che informando, *Videogame & Computer World* ha un

approccio giornalistico più serioso. Il tono sobrio del giornale si riflette anche nella posta, le lettere non vanno mai oltre il seminato e chi la gestisce tende ad evitare la sterile polemica anziché stimolarla.

La pubblicazione della Derby raggiunge l'apice delle sue vendite, in verità mai davvero particolarmente degne di nota, a cavallo fra il '90 ed il '91, anni in cui consolida il suo equilibrio interno di anteprime, recensioni ed altre rubriche, ed incrementa gli introiti dovuti ad inserzioni pubblicitarie. È di un certo interesse lo speciale, durato non pochi numeri, sullo STOS, linguaggio di programmazione nato sviluppato appositamente per la creazione di videogiochi. È il periodo in cui la rivista comincia a dividersi in sezioni: opera un'inedita categorizzazione dei videogiochi pubblicati, dedicando a ciascun genere identificato una sezione apposita. Sebbene il videogiocatore si sia con il tempo ampiamente fatto un'idea delle differenti tipologie di videogiochi esistenti, è la prima vera manifestazione di questa suddivisione in un periodico italiano. Un ulteriore passo avanti in questa suddivisione interna consiste negli articoli riassuntivi su di un genere specifico che appaiono di tanto in tanto: la rivista prende in considerazione la direzione che ha intrapreso il genere in questione, quali prodotti sono di valore e quali meno, le differenze fra l'uno e l'altro, le innovazioni apportate alla tipologia di gioco e così via. A conti fatti, un sunto periodico

della produzione videoludica, per dare al lettore una sorta di visione d'insieme. Ulteriore innovazione nel campo dell'editoria videoludica nostrana, dal 1991 nella sezione "Utility" cominciano a farsi largo le prime recensioni di prodotti hardware.

A ribadire il carattere da "notiziario" della testata, per qualche mese dal marzo del 1991, questa inizia a pubblicare in copertina il sommario, alcuni articoli e delle foto. Ne risulta una sorta di prima pagina di un quotidiano, del tutto diverso da quanto mostrato fino a quel punto dai concorrenti.

Sul finire dell'anno una preoccupante flessione delle vendite spinge l'editore ad apportare delle sostanziali modifiche al giornale: dall'editoriale meno serio, alle immagini dei redattori, dalla grafica più colorata al tono delle recensioni meno tecnico e più umoristico, tutto lascia pensare che la scelta sia quella di un adeguamento della rivista al target che prima *Zzap!* e poi *TGM* sono andate ricercando. Alle recensioni, più lunghe e corredate da un numero maggiore di foto, sono aggiunti giudizi su "Grafica", "Sonoro" e "Giocabilità", parametri valutati con la stessa scala in unità e decimi del globale. Inoltre, è aggiunto un box di sintesi con voti e commento finale. L'adeguamento della testata alla concorrenza prosegue nei primi mesi del '92, quando viene abbandonata la suddivisione in generi, le recensioni iniziano ed essere firmate, con valutazioni in centesimi, nonché scritte

in un italiano piuttosto superficiale, ed addirittura quando dall'estate in poi si rinuncia alla propria peculiare periodicità quindicinale per rendere la rivista un comune mensile, al prezzo di 5000 Lire.

Nel novembre del 1992 la rivista chiude, dimostrando ancora una volta quanto snaturare il brand editoriale iniziale si riveli una strategia spesso poco fruttuosa. Con la cessazione delle pubblicazioni di *Videogame & Computer World* si chiude la prima fase del giornalismo videoludico italiano, un giornalismo pionieristico che termina il suo ciclo vitale nel momento stesso in cui si fraziona il profilo del videogiocatore medio italiano: laddove la richiesta è per riviste scanzonate o seriose, il tentativo di testate quali *Videogiochi* o di *Videogame & Computer World* di rivolgersi indiscriminatamente ad ogni fetta di pubblico finisce per rivelarsi fallimentare.

CAPITOLO 3: UNA SECONDA FASE, IL MULTIFORMATO NEI PRIMI ANNI ’90.

3.1 – Computer + VideoGames, un notevole quanto breve successo.

Le riviste nate orientativamente intorno al 1990 si possono considerare come parte integrante di una seconda fase dell’editoria videoludica italiana. Dopo il periodo pionieristico aperto da *Videogiochi* prima e *Zzap!* poi, e soprattutto da esse caratterizzato, nuovi giornali si fanno largo e danno il loro contributo ad un mercato adesso entrato in una fase decisamente più complessa. *Computer + VideoGames*, *The Games Machine*, *K*, e per quanto riguarda i videogiochi per console le due concorrenti *Consolemania* e *Game Power*, nascono quasi contemporaneamente come ad accompagnare la comparsa di sistemi da gioco innovativi a 16bit, quali il nuovo computer della Commodore, l’Amiga, o le console Megadrive della Sega e SuperNES di Nintendo.

Computer + VideoGames, conosciuta anche con il nome abbreviato di *C+VG*, si potrebbe in un certo qual modo considerare l’ennesima incarnazione di quella *Videogiochi* che aveva aperto la strada a tante altre riviste simili. Fa il suo debutto in edicola, edita dalla Jackson, esattamente un mese dopo la chiusura di *Guida Videogiochi*, ovvero nel gennaio del

1991. La storia della sua nascita è breve: la casa editrice inglese Emap Images propone alla Jackson una partnership per la pubblicazione in Italia di *C+VG*, rivista più venduta al mondo, riconosciuta pressoché universalmente dalle varie software house come organo di stampa in assoluto più attendibile. La Jackson accetta, ma ovviamente non può adagiarsi su di una semplice traduzione (tra l'altro di recensioni di vere e proprie celebrità d'oltremanica come Julian Rignall, ex curatore di *Zzap!64*), ed affianca ai traduttori una redazione di tutto rispetto, costituita da esperti del settore quali Angelo Cattaneo, Maurizio Miccoli (entrambi già redattori di precedenti riviste Jackson), Fabio Rossi (programmatore, recordman di videogame in Inghilterra, nonché ex redattore della *Zzap!* post-Studio VIT), e Derek dela Fuente, corrispondente dall'Inghilterra.

Al prezzo di 5000 Lire, accompagnata spesso da poster raffiguranti i videogiochi del momento, la nuova rivista è multipiattaforma pura così come la *Videogiochi* originale, ossia tratta tutto ciò che è videogioco, qualsiasi sia il computer o la console su cui esso funziona. La grafica, del tutto mutuata dalla corrispettiva d'oltremanica, è veramente avanti rispetto a quella della concorrenza, dai colori acidi, da videogame, ed al contempo leggibile e ben organizzata. L'impostazione è piuttosto "classica": una presentazione dei redattori, italiani ed inglesi, una spiegazione dei vari parametri di giudizio, in altre

parole “Grafica”, “Suono”, “Validità” (una sorta di rapporto qualità/prezzo), “Giocabilità” e “Globale” in centesimi, e dopo qualche pagina di news ben fatte ed interessanti trovano posto le recensioni. Queste, numerose, complete ed esaurienti, soffrono inizialmente di problemi derivanti da traduzioni affrettate e troppo letterali. Non mancano le anteprime ed una posta, che, curata da Fabio Rossi, nei primi due numeri utilizza addirittura lettere indirizzate nei mesi precedenti a *Guida Videogiochi*, chiaro segnale di come *C+VG* n’avesse raccolto il testimone. Il giornale prosegue con trucchi (la rubrica “Playmaster”) per ogni sistema di gioco in commercio, con la soluzione di un gioco, la rubrica “Update” per le conversioni di giochi già recensiti per altri sistemi, e molte pagine dedicate alle classifiche dei giochi più venduti, sistema per sistema. Gli arcade da bar sono recensiti come non accadeva dai tempi di *Videogiochi*, e le già numerose pagine su cui questo avviene sono ben presto integrate da una rubrica di Miccoli, esperto del settore, su record e tornei. Seguono solitamente delle interviste, e a chiudere è la rubrica “Far out” su mode lontane e novità.

L’idea editoriale dietro *C+VG* è intrattenere un pubblico giovane, interessato soprattutto ai videogiochi ma non soltanto, e quindi informarlo su ogni tipo di divertimento possibile. Tutto sembra funzionare a dovere, nonostante la Jackson economicamente da qualche tempo non navighi in

acque troppo tranquille. Le vendite della rivista, nonostante un prezzo relativamente alto, si dimostrano discrete, e le continue migliorie che si aggiungono ad una ricchezza contenutistica già di per sé esemplare non fanno che aumentarne ulteriormente la fama. Dopo qualche numero alla redazione italiana si aggiungono anche le importanti firme di Simone Crosignani, Andrea Fattori, Paolo Cardillo e Marco Auletta, segno di un graduale affrancarsi dalla corrispettiva inglese e dell'ottimo riscontro ottenuto. A metà anno Fabio Rossi diventa coordinatore editoriale, ed inizia ad apportare modifiche ulteriori alla struttura del giornale, aggiungendo, verso la fine del '91, rubriche su giochi da tavolo, flipper e videogame portatili.

Da settembre '92 la rivista inizia a chiamarsi semplicemente *CVG*, e la grafica cambia leggermente (i caratteri si fanno più piccoli, e la sensazione sul globale è di una sorta d'avvicinamento allo stile che stava sviluppando nel frattempo *The Games Machine*). Le novità continuano: mentre dei parametri di valutazione restano soltanto "Grafica", "Sonoro", "Giocabilità" e "Longevità", viene aggiunto un diagramma che definisce in qualche modo "analogicamente" il genere del videogioco in recensito. Nell'ottobre del '92 la rivista stranamente non è in edicola, e Fabio Rossi alla ripresa delle pubblicazioni non fornisce molte spiegazioni al riguardo (probabilmente i problemi avuti hanno a che vedere con il

trasferimento della Jackson, al tempo, in una nuova struttura), e anzi presenta un numero con altre novità, come la rubrica “Nippomania” sulle novità e le stranezze provenienti dal Giappone. Divenuta la prima rivista di videogame in Italia in fatto di vendite, *CVG* inizia persino ad allegare, sebbene sporadicamente, dei floppy disk di demo, principalmente per Amiga.

Il primato di *CVG* non dura a lungo, soprattutto per il costante incremento di vendite di *K* prima e *TGM* poi. L’editore cerca di correre ai ripari, e nel ’93 presenta un nuovo restyling grafico, soprattutto per quanto riguarda i giudizi, dai quali scompare l’indicatore “analogico” ma a cui viene aggiunto un breve commento per ogni voce valutata. Anche le classifiche e le in effetti piuttosto datate rubriche su flipper e videogiochi da bar tendono a scomparire, mentre maggiore attenzione viene rivolta ai boardgames/giochi di ruolo e soprattutto a trucchi e soluzioni. Nonostante tutti questi sforzi la rivista ha perso lo smalto dei primissimi tempi, ed il livello qualitativo si è abbassato notevolmente. Il target, quasi a voler inseguire *Consolemania* e *Game Power*, sembra essere diventato molto giovane, soprattutto a giudicare dai toni e dall’impaginazione. Ad ogni modo, la presenza nel frattempo di alcune rubriche per un pubblico più serioso fa pensare ad un giornale assemblato nel vano tentativo di unire intenti probabilmente inconciliabili tra loro. All’inizio dell’estate

prima Auletta, poi lo stesso Fabio Rossi e dela Fuente lasciano, facendo aumentare notevolmente il numero delle recensioni tradotte. Addirittura nel '94 della vecchia guardia resta il solo Maurizio Miccoli in funzione di caporedattore, ed alla rivista iniziano a collaborare tra gli altri i fratelli Ravetto, che avevano iniziato con *Game Power*. La posta, passata in precedenza da Rossi a Crosignani, viene curata da Marco Ravetto. Tornano nuovamente le rubriche delle passioni di Miccoli, vale a dire quelle relative a flipper, record, e coin-op, probabilmente però non al passo con i gusti dei videogiocatori del tempo. Il lavoro svolto con passione dalla redazione e gli sforzi economici della Jackson non bastano, e nei primi mesi del 1995 *CVG* chiude i battenti. Al di là di scelte editoriali poco felici, il cruccio principale del giornale è a questo punto la sua stessa struttura multiformato, un'idea di rivista videoludica che dalla metà degli anni '90, con l'ingresso sul mercato delle console a 32 e 64bit, avverte i primi segnali di quello che si sarebbe dimostrato essere un lungo periodo di crisi.

3.2 – Una nuova rivista per lo Studio VIT: i primi anni di K.

Passiamo ora a *K*, la terza rivista in ordine di tempo (e come vedremo non l'ultima) curata dallo Studio VIT di Albini e Rossetti. Il primo numero di *K* è in edicola nel dicembre del 1988, edito da Glenat. Ai primi tempi, dato il periodo ed in prosecuzione di quanto fatto precedentemente su *Zzap!*, la nuova creatura dello Studio VIT si occupa di tutti i computer da gioco, trascurando le console. Con direttore responsabile Riccardo Albini, capo redattore Alberto Rossetti, fin dai primi tempi tra i suoi redattori annovera Paolo Paglianti, Vincenzo Beretta, Marco Bill Vecchi, e Tiziano Toniutti.

L'aspetto del nuovo giornale è veramente accattivante: le copertine ricordano più da vicino quelle della prima *Videogiochi* che non quelle di *Zzap!*, al punto da conferirgli un tono più da rivista d'informatica professionale che non prettamente videoludica, mentre la grafica più in generale, caratterizzata da fondini sempre bianchi, è molto chiara e nella sua semplicità risulta all'avanguardia se rapportata al tempo. Essa, così come all'inizio la totalità dei testi e delle fotografie, è mutuata in pieno dalla rivista inglese *ACE* edita dall'Emap Images (la stessa della *C+VG* inglese), della quale la Glenat possiede i diritti.

Dal punto di vista contenutistico *K* non mostra particolari novità rispetto a quanto non abbia fatto vedere in precedenza lo Studio VIT. La prima rubrica è la posta, il “K-Box”, curato da “Brambo”, pseudonimo di Gianfranco Brambati. Segue un non troppo nutrito numero di pagine (mediamente 4) dedicate alle news, fortemente caratterizzate da uno sguardo ottimista ed impaziente verso il futuro e le sue innovazioni tecnologiche. Lo stesso taglio si nota anche nei numerosi dossier (sul finire degli anni ’80, piuttosto anzitempo, si parla in continuazione di supporti digitali, realtà virtuale, giochi 3d ed altre avveniristiche realtà) e nelle anteprime di giochi o persino di film in uscita, le quali finiscono spesso per occupare più della metà della rivista.

L’approccio alle recensioni è quello sicuro ed autorevole di una “guida definitiva ai giochi”, così come del resto *K* si professa in copertina. Punteggi globali addirittura in millesimi, valutazioni in termini di “Grafica”, “Audio”, “Fattore QI” e “Fattore K” (inversamente proporzionali, essi in pratica spiegano se c’è più azione o riflessione), ed un innovativo quanto improbabile grafico atto alla previsione dell’interesse verso il gioco (“CIP”, Curva Interesse Previsto), ne sono la riprova. Le possibili “attestazioni” per i titoli recensiti sono quattro: “K-Gioco”, “K-Idea”, “K-Grafica”, “K-Sonoro”. La scrittura delle suddette recensioni è snella, concisa, spesso esse occupano una sola pagina e nel caso di

giochi simili sono giustapposte. Il tono appare certamente più serioso rispetto a quello della contemporanea *TGM*.

Dopo qualche numero fanno la loro comparsa la prime pagine dedicate alle console (rubrica dal nome "Console Mania", del resto la rivista Xenia omonima ancora deve iniziare le pubblicazioni) e, dopo aver appurato i gusti del lettorato attraverso un sondaggio, aumenta di molto il già non esiguo spazio destinato a trucchi e soluzioni. È Il 1989, e per la prima volta una rivista di questo genere utilizza una forma di consultazione dei propri lettori come mezzo per rinnovarsi ed andare incontro al gusto dei propri lettori.

Pagine in cui la testata si fa promotrice di software che essa stessa vende, pagine gialle con le quotazioni in borsa delle società maggiormente coinvolte nel mondo dell'informatica, la classifica dei giochi più votati, il mercatino dei lettori, giochi enigmistici, le vignette di Toniutti (che prendono in giro la redazione, un po'alla *TGM*), i racconti dei lettori, sono tutte rubriche o presunte tali che non trovano sempre spazio, ed anzi molte di esse scompaiono ben presto, già nel corso del 1990.

Le vendite confortano il giornale, che attira su di sé soprattutto l'attenzione dei videogiocatori più esperti ed appassionati, affamati di novità. Un tale successo conforta la formula adottata, e giornalisti già navigati come Fabio Rossi e Giorgio Baratto, colonne portanti di *Zzap!* e *TGM*, lasciano le

vecchie redazioni ed iniziano anch’essi a scrivere per *K*. Laddove la collaborazione del secondo durerà tanto a lungo da farne un membro “storico” dello Studio VIT, Fabio Rossi come abbiamo già visto dopo pochi mesi abbandonerà Albini e Rossetti per l’esperimento della Jackson *C+VG*.

Sul finire dell’anno è in edicola parallelamente anche un’altra versione di *K*, acerba nella sua struttura e di un numero ristretto di pagine, che parla interamente di console. È un esperimento che non avrà una sua continuità di pubblicazione, ma ricomparirà di tanto in tanto.

Nel ’91 la rivista non subisce sostanziali modifiche, lo sguardo resta continuamente rivolto al futuro, con dossier su CD-ROM e macchine che presto ad essi saranno dedicate, sul sesso e sulla realtà virtuale più in generale. Diviene nutritissimo il numero delle recensioni, sempre piuttosto stringate ma ora con più foto e fondini a volte colorati, mentre il numero di pagine dedicate a trucchi e soluzioni cresce ulteriormente fino ad arrivare intorno alla ventina d’unità. Il taglio della posta di Brambo diventa meno anonimo col passare dei numeri: si dimostra molto ironico, se non a volte addirittura sprezzante nei riguardi dei lettori (che peraltro se ne lamentano spesso). Il livello culturale delle missive non è particolarmente alto, si parla di pirateria e confronto fra sistemi, senza dimenticare la memorabile lettera di un ragazzo di dodici anni che chiede delucidazioni sulla macchina del

tempo. È strano notare come l'approccio alla posta di Brambo su *K* inizi a somigliare, almeno per quanto riguarda il rapporto con i lettori, a quello che Bittanti porta avanti nella posta di *TGM*. Probabilmente una comune tendenza a quello "Sgarbismo"[16] tanto di moda al tempo, o forse soltanto un tentativo, riuscito in verità solo in parte, di emulare uno stile già funzionale e consolidato.

Fin qui abbiamo notato una certa staticità della rivista ed il suo sbilanciarsi verso le tecnologie a venire più ancora che su quelle del presente. K non è soltanto questo. La terza creatura dello Studio VIT fornisce nel corso della sua non breve storia delle prove di giornalismo videoludico tali da nobilitare l'intero settore. Si prenda ad esempio il dossier sui proventi del mercato dei videogiochi sul numero 28 del maggio '91, un vero e proprio esempio d'inchiesta come in giornali di questo genere non se n'erano mai viste. È sempre *K* ad introdurre in Italia la pratica, fatto comune in tutte le riviste del settore nostrane negli anni successivi, di redigere speciali dalle più importanti fiere mondiali di videogiochi, come il CES di Chicago e l'ECES di Londra (manifestazioni

---

[16] Da Vittorio Umberto Antonio Maria Sgarbi (Ferrara, 8 maggio 1952), critico d'arte, personaggio televisivo ed un uomo politico italiano. Noto, oltre che per quella che è difficile non definire un'innata propensione al trasformismo politico, anche per rocambolesche liti televisive e per la sua proverbiale vena polemica, molto spesso fuori dalle righe.

comunque ai primi tempi davvero di scarso interesse). Gli stessi speciali paralleli tra film in uscita e loro tie-in (come nel caso di Terminator 2) denotano oltre all'interesse oramai appurato per tutto ciò che è tecnologia futuribile anche una certa volontà di allargare il proprio raggio d'interessi, trattando d'argomenti che esulano dal mondo dell'informatica.

La prima storica svolta di *K* avviene tra il novembre del 1991 e l'aprile dell'anno successivo, ovvero tra la nascita di *Game Power* e la chiusura di *ACE*, la corrispettiva d'oltremanica. Con la nascita di una rivista dello Studio VIT pensata per il mercato delle console, gli equilibri interni di *K* cambiano: le recensioni, adesso solo per computer, si ampliano e guadagnano pagine, la grafica migliora ed assume un aspetto meno serioso, la sezione dedicata alle anteprime s'ingrandisce e prende il nome di "Lavori in corso", le pagine gialle si riducono ad una soltanto peraltro adibita agli annunci dei lettori. Le novità continuano: dopo l'esperienza Hobby/Xenia Edizioni e dopo un anno trascorso a studiare negli Stati Uniti, Matteo "MBF" Bittanti sostituisce Brambo alla conduzione della posta. Come già accennato, dal numero 38 in poi (aprile 1992) termina la collaborazione con *ACE*, che chiude i battenti. È così che Albini spiega nell'editoriale la chiusura di una rivista tanto vicina a *K* sia nella forma che nei contenuti: "Il mercato inglese, con le sue circa 30 riviste dedicate a computer e videogiochi, è peggio di una notte dei

lunghi coltelli. *ACE*, una delle poche riviste multiformato in UK, ha dovuto cedere le armi alla tendenza del mercato britannico verso le riviste verticali (cioè dedicate ad un singolo computer/console)”. È interessante notare come una situazione simile in Italia si sarebbe ripetuta soltanto quasi un lustro dopo.

Ad un leggero ritocco del prezzo coincide l’inizio un periodo di “spersonalizzazione” della rivista, così come lo stesso Bittanti lo definisce successivamente. Le modifiche alla grafica, soprattutto nei titoli, l’istituzione della pagina dei K-Parametri (in sostanza brevi sunti critici dei giochi storici, per ciascun genere, considerati impedibili), quella di due nuovi box integrativi presenti in ciascuna recensione (“Confronta e Contrasta”, in cui il gioco recensito è paragonato al titolo che più gli si avvicina, e “Suggerimenti”, con consigli ed idee su come affrontare il gioco recensito), così come quella dei nuovi bollini K-Gioco, K-Sonoro, K-Grafica e K-Idea, non riescono a nascondere un certo riposare sugli allori ed una sensibile per quanto non ancora compromettente perdita di vista dei gusti del proprio pubblico. Un periodo travagliato non solo per la rivista: è il maggio del 1992, quando *K* avverte, con il solito editoriale ricco di previsioni di Riccardo Albini, che l’epoca Amiga sta per finire. Ci vorrà ancora del tempo perché il magazine si dedichi soltanto al mondo dei Personal Computer, ma il vento sta cambiando e cominciano a fare capolino

speciali sulla configurazione hardware ideale di un PC fatto apposta per giocare.

La crisi riguardante l'improvvisa sopraggiunta indipendenza dalla corrispettiva inglese, resa ulteriormente impegnativa da affrontare per il periodo di mutazione del mercato dei computer, dura in realtà pochissimi mesi per la testata dello Studio VIT. In autunno *K* è nuovamente in un'ottima fase, probabilmente la più florida della sua storia: riesce ad aggiudicarsi anteprime italiane se non addirittura europee (e non su titoli di secondo piano, ma anzi su giochi attesissimi come ad esempio Indiana Jones and the fate of Atlantis). Sul finire del 1992, ulteriori migliorie alla veste grafica danno alla rivista un aspetto che manterrà in sostanza immutato per i due anni successivi.

Con il nuovo anno accanto alla testata appaiono nuovi formati a cui è dedicata la rivista: CDTV, CD-I e CD-ROM. In realtà lo stesso Albini precisa nell'editoriale che è uno sguardo al futuro più che al presente, visto che concretamente dei videogiochi su tali macchine/supporti non sarebbero stati pubblicati prima del 1994. È la filosofia che ha da sempre contraddistinto *K*. Anche il nuovo Amiga 1200 della Commodore è accolto con trepidazione, quasi quanto il 3DO, console in uscita molti mesi dopo, e che addirittura meriterà un'intera copertina (non bella, ad essere sinceri). Continuano occasionali e divertenti speciali, come la guida all'acquisto del

miglior joystick, oppure la classifica dei migliori giochi del ventennio precedente, o ancora il dossier-videogiocatori (una scherzosa suddivisione in categorie del videogiocatore medio), oppure gli speciali di numerose pagine su fiere come l'ECTS (sempre più importanti). Interessante, e nuova relativamente all'ambito di una rivista di videogiochi, la serie d'interviste a cantanti e gruppi di successo come Ligabue, Enrico Ruggeri, Edoardo Bennato, e gli Elio e le storie tese, ulteriore prova che la realtà dei videogame si è espansa ancor di più.

Sul numero 46 del gennaio del '93 viene annunciato il ritorno delle console da parte della rivista. Stranamente la scelta non è più di tanto giustificata da Albini, quanto invece da MBF, che spiega come alcuni aspetti della realtà costituita dalle console non possano essere approfonditi in una rivista giovane e di facile lettura come *Game Power*. Il tentativo è evidentemente quello di attirare a sé quella fetta di possessori di console che non si ritrovano nel tono a volte anche fin troppo giovane della rivista gemella di *K*, inoltre c'è da dire che le console sono tornate alla ribalta in quanto a vendite, al punto che i titoli ad esse dedicati hanno scalzato in fatto di vendite quelli per PC ed Amiga.

Nel marzo del '93 la rivista raggiunge la tiratura di 80000 copie, prima in Italia, e vista l'importanza dell'evento se ne da risalto in copertina e nell'editoriale. Un traguardo non da poco, ma che in un certo qual modo all'editoria videoludica

italiana è costato una sorta di “perdita dell’innocenza” rispetto ai primordi. La politica aggressiva della nuova *K* tutta “made in Italy” ha, infatti, dato vita ad una rincorsa continua allo scoop, rincorsa spesse volte portatrice di un fare informazione troppo superficiale. È nella posta più ricca di spunti di riflessione dell’intero panorama videoludico italiano, appunto quella di *K*, che si apre il dibattito, ed è la prima volta che si analizza insieme, sia lettori sia giornalisti, com’è che bisognerebbe trattare criticamente il prodotto culturale videogioco. Matteo Bittanti, polemico per eccellenza, si scaglia contro *TGM* (che nel frattempo alla brama di anteprime della sua concorrente si era ampiamente adeguata), ma il suo dito è puntato verso un po’ tutte le riviste del settore: per Bittanti è un dato di fatto, la spasmodica ricerca dell’anteprima va a danno della qualità delle recensioni. Passa qualche mese e nell’editoriale del numero 54 è lo stesso Albini a chiedersi, dopo una recensione consapevolmente affrettata e raffazzonata del gioco Frontier arrivato in chiusura numero, se è il caso di stare al passo con la notizia oppure di sacrificare il tempismo in nome dell’approfondimento.

Non è soltanto il problema della tempistica ad essere sollevato nella rubrica epistolare di *K*. È ancora Matteo Bittanti a lanciare il sasso: i voti, su tutte le riviste, sono troppo alti. Un lettore, quasi contemporaneamente, presagisce

la trasformazione delle riviste di videogiochi in una sorta di "cataloghi per pirati" o poco più.

K, ad ogni modo, funziona e vuole continuare a farlo, da qui la scelta di sottoporre al lettorato un nuovo questionario, sul numero 50 del mese di maggio, questionario che poco dopo porta i suoi frutti: sono aggiunte le rubriche "K-Box T'n'T" di Paolo Paglianti (una posta dedicata esclusivamente ai trucchi ed alle soluzioni) e "l'Angolo del Tennico" (per problemi e suggerimenti di natura esclusivamente tecnica/hardware) affidato ad Alessandro Cattelan.

Impazzano le polemiche sulla violenza nei videogiochi e sulla loro presunta pericolosità, ed i media nazionali se ne occupano soltanto quando vi sono episodi negativi da associare ad essi. Albini nell'editoriale del numero 52 parla di una "squallida campagna di stampa – basata sulla disinformazione – di quotidiani e periodici [...] come, ai tempi, per il rock'n'roll.", riferendosi al mondo dell'intrattenimento videoludico come a qualcosa oramai divenuto parte integrante della cultura giovanile.

È l'estate del '93 *K* si dota di una propria BBS: è il primo passo di una rivista italiana in ambito telematico. L'idea è buona, per quanto il successo riscosso non si rivelerà certo all'altezza: con 50000 Lire di abbonamento annui si può entrare in contatto con la redazione, con altri lettori di *K* e scaricare software senza costi ulteriori. A settembre esce la

nuova console di Commodore, l’Amiga CD-32, ed in contemporanea la rivista ne da le specifiche e la presenta per la prima volta al pubblico. Discorso che approfondiremo in seguito è quello del cosiddetto “hype”, in altre parole l’attesa generata, coscientemente o meno, dalla stampa specializzata riguardo determinati prodotti: un trafiletto breve nelle news è tutto ciò che le riviste dedicano ad una potenziale nuova console rivoluzionaria a tutto il 1993, mentre soltanto un anno dopo le cose saranno impostate in modo del tutto differente. Ad ottobre, nello stesso mese in cui fanno capolino le prime recensioni di giochi per PC su supporto digitale, un fascicoletto “*K* speciale multimedia” è allegato alla rivista. Come recita la testata *K* è pur sempre la “Guida al divertimento elettronico”, ed è proprio in quest’ottica che bisogna leggere l’allegato: Nintendo, Sony, Philips, Commodore, Sega, 3DO, sul finire del 1993 stanno per presentare o per lanciare a tutti gli effetti le loro nuove e potenti macchine da gioco, e la rivista di Albini ha tutte le intenzioni di soddisfare la fame di notizie su di esse che i videogiocatori dimostrano di avere.

All’inizio del 1994 la posta passa da Matteo Bittanti (che lascia momentaneamente il giornalismo videoludico) a Tiziano Toniutti. Nonostante la dipartita di Bittanti crei non poche polemiche, la scelta operata da Albini riguardo al suo successore si rivelerà azzeccata. Da febbraio nella parte finale

della rivista, subito dopo le recensioni, appaiono delle pagine dedicate alla multimedialità, argomento per il quale la rivista ha sempre mostrato una particolare sensibilità ed al tempo più che mai attuale. Le suddette pagine sono ricche di news, recensioni di software appena pubblicato (sia giochi che applicativi) o anche riadattato al supporto digitale. Mentre il panorama della produzione di software ludico si fa sempre più complesso, in relazione soprattutto ai nuovi supporti digitali ed ai primissimi stadi della diffusione della rete telematica, *K* prova a tenere una sua rotta coerente e “di pubblico servizio”.

Il primato di vendite nel corso del 1994 passa, seppure conteso di mese in mese, a *The Games Machine*. Non c’è da ritenere che il passaggio del testimone fra le due riviste sia dovuto ad una sopraggiunta obsolescenza dell’approccio giornalistico di *K*, piuttosto esso si potrebbe imputare ad una nuova impennata nelle vendite di riviste videoludiche: più giocatori quindi, probabilmente più giovani e maggiormente attratti dalla semplicità e simpatia di *TGM*.

Due “speciali multimedia” sono allegati al giornale nei mesi di maggio prima e di novembre poi, mentre a settembre, sul numero 64, tornano le inchieste che tanto avevano precedentemente giovato al prestigio di *K*: da uno speciale su come i videogiochi siano trattati da parte dei media italiani traspare tutta la superficialità, la mancanza di qualsivoglia cognizione di causa e il gusto quasi scandalistico, con cui

persino i principali quotidiani nazionali affrontano l’argomento. È quasi paradossale osservare fino a che punto la situazione sarebbe cambiata negli anni a venire, con gli stessi quotidiani succitati che a tutt’oggi ospitano rubriche fisse dedicate ai videogiochi[17].

Ad ogni modo, *K* continua per la sua strada, soprattutto approfondendo le nuove potenziali frontiere che la rete offre alla rivista ed ai suoi lettori. L’esperimento BBS continua, mentre è di Andrea Minini Saldini un reportage su Internet e sulla sua storia, così com’è di Toniutti una dissertazione nel K-Box in cui spiega come solo il 3% dei possessori di computer in Italia (già non troppi) a fine ’94 abbia la possibilità di collegarsi in rete.

Finisce il 1994, e per *K* è la svolta: un ultimo numero (il 67, a dicembre) curato dallo Studio VIT e l’editore (direttamente R.C.S. e non più Glenat) consegna la rivista ad un’altra redazione (la Edi.Progress, che vince l’appalto). È così che Toniutti nella posta dell’ultimo numero, con il suo inconfondibile stile, spiega l’inaspettato evento: “Ma portassi sfiga. Neanche un anno di K Box sulle spalle, che sono costretto a togliere il fardello per sostituirlo con i classici

[17] Prima “La Repubblica” con il portale KataWeb, e successivamente “Il Corriere della Sera” con la rubrica Overgame a cura di Ivan Fulco, hanno di recente cominciato a dare un loro contributo in fatto di critica videoludica, allontanandosi sensibilmente dai toni che utilizzavano nei primi anni ’90.

bastone e sacchetto. […] Avrei preferito scrivere un'introduzione molto più allegrotta e (come al solito) fortemente ispirata dal Verduzzo delle valli friulane. Ma poi, in effetti, il nome di questo file è "addio.txt" e non c'è molto che si possa fare. […] Questo è l'ultimo numero di *K* realizzato dallo Studio VIT, cioè da Riccardo, Alberto e Benedetta, da Andrea, Paolo e me, e da tutti gli altri galanti marpioni, gente che da ormai dodici anni fa e ama fare questo mestiere. Prima autori di quella *Videogiochi* che aprì e chiuse un'era, poi di *Zzap!* (l'epoca gloriosa) e poi di *K*, queste due accomunate dalla simpatica decisione dell'editore di spostare la redazione internamente, ovvero quella che ogni manipolo di aspiranti informatori indipendenti ricorderà in futuro come la Grande Maledizione dello Studio VIT, […]. Ma da dove viene questa vocazione da dissidenti? Uhm, diciamo dalla voglia di fare le cose non tanto per farle, e da pelose beghe contrattuali anche un po' stupide e deprimenti, ma il cuore è molto più facile da spezzare di una carta di credito. Abbiamo fatto il possibile per continuare a redigere, impaginare, dare le capocciate alla laser per "fare" e migliorare *K*, ma si vede proprio che non era cosa. Ma non fate quelle facce, […] non siamo in mezzo ad una strada: infatti, e a questo punto mi pompo l' ego a idrogeno e ripeto le stesse parole dell'Albini, non vi diciamo addio, ma arrivederci. […] Ci vediamo alla prossima. […]". Ed in effetti è un "arrivederci" nello stile

oramai consolidato dello Studio VIT, nel senso che il mese dopo tutta la redazione si ritrova a lavorare per l'ennesima nuova testata, *Zeta*.

K da qui in poi cambia radicalmente nella forma, nei contenuti, nel target cui si riferisce, ma è un discorso che conviene riprendere nel capitolo successivo.

3.3 – Nasce The Games Machine.

Passiamo alla più longeva (è attualmente ancora in edicola) nonché prestigiosa rivista videoludica italiana, *The Games Machine*. È il settembre del 1988 quando la Xenia/Edizioni Hobby ne inizia la pubblicazione, affiancandola al già successo editoriale *Zzap!*. Con a curarla i soli Bonaventura Di Bello, anche in questo caso caporedattore, e Fabio Rossi, la *TGM* dei primi tempi è quasi totalmente tradotta da un'omonima rivista inglese della quale la Xenia detiene i diritti. Dedicata totalmente al mondo dei nuovissimi computer a 16bit, in realtà lungi dal diffondersi capillarmente nelle case degli utenti italiani, la nuova testata viene pubblicizzata su *Zzap!* ben due mesi prima della sua uscita, al punto da potersi permettere una posta fin dal primo numero. Nonostante sia un giornale tutto sommato a basso costo ed in un certo qual modo improvvisato, con una grafica povera

(testo nero su fondo bianco, poche fotografie e soltanto orizzontali, un notevole numero di pagine centrali b/n e senza foto) e contenuti non pensati strettamente per l'utenza italiana, la voglia di futuro e di nuovi straordinari giochi a 16bit dei videogiocatori nostrani ne decreta abbastanza presto un notevole quanto insperato successo.

Dietro copertine bianche e con accozzaglie di foto e strilli accostati senza particolare gusto o raziocinio, numero dopo numero s'inizia ad intravedere qualcosa d'interessante. Speciali come quelli sullo STOS/AMOS (linguaggio di programmazione per chi volesse confrontarsi con la realizzazione di un videogioco), sulla pirateria, o anche sulla violenza digitale, rendono la rivista interessante e comunque di un certo spessore. A prescindere da questi, *TGM* non contiene molto di più che una sezione fumetti, un'altra dedicata ai coin-op, una posta piuttosto animata e tantissime recensioni con valutazione finale in centesimi.

È ad ogni modo il 1989 l'anno in cui *TGM* inizia a diventare più indipendente ed ad assumere una sua fisionomia. Scompaiono i collage in copertina, così come gli strilli che in fatto d'estetica e chiarezza lasciavano un po' troppo a desiderare. La grafica man mano migliora, e le pagine diventano leggermente più colorate oltre che più piacevoli da leggere. Finalmente nel corso dell'anno la redazione si allarga: Stefano Giorgi, Stefano Gallarini, i fratelli William e Giorgio

Baldaccini, Massimo “Max” Reynaud, Antonello Jannone, Carlo Santagostino e Simone Crosignani iniziano sia a scrivere che a tradurre per *TGM*. Da giugno inoltre la posta, come quella di *Zzap!*, va a Matteo Bittanti, passato da mittente delle lettere a destinatario nel giro di un anno, personaggio che come abbiamo avuto già modo di vedere tanto farà parlare delle sue idee negli anni a venire. Passa qualche mese e, oltre alle solite lettere riguardanti l’annosa questione del miglior sistema da gioco in commercio, s’inizia a discutere su come una rubrica epistolare in una rivista videoludica andrebbe condotta, e quali temi dovrebbe trattare. Le recensioni sono soprattutto per Amiga ed Atari ST (in breve tempo raggiunto e poi superato dalla macchina Commodore), mentre quelle per Personal Computer, sebbene in crescita, restano comunque poche. Fino alla nascita di *Consolemania*, *TGM* tratterà anche le console con più di 8bit (le quali invece erano appannaggio di *Zzap!*).

Il successo degli Amiga inizia a farsi notevole, e la Xenia inizia l’esperimento *TGM Amiga Action*, rivista monoformato con allegato floppy disk di demo e programmi, gemella di *TGM*, dedicata soltanto al computer della Commodore. Durerà pochissimi mesi. Tutt’altro il destino di *The Games Machine*, che continua ad incrementare le vendite. A novembre viene superata la soglia delle 100 pagine, sotto la quale la rivista non avrà più modo di scendere, ed i trucchi

iniziano ad occupare un numero di facciate sempre maggiore. Arrivata al suo terzo anno di vita la rivista cambia pelle: nuova grafica, in piena sperimentazione, e nuovi elementi in redazione. Mentre Fabio Rossi prima passa a *K* e poi inizia l'avventura *C+VG*, prima Fabio Massa e poi Paolo Besser e Davide Corrado, i due già citati autori della fanzine *BovaByte*, iniziano a collaborare con le testate Xenia/Hobby. Il tono della rivista passa da quello più serioso dei primissimi tempi, ricchi di reportage ed inchieste, a quello più ”giovane” stile *Zzap!*. È probabilmente anche un modo per differenziarsi, nell'offerta, dalla più tecnica e meno giocosa *K*, ed è in quest'ottica che forse vanno interpretate anche le non rare riflessioni polemiche di Di Bello riguardanti la concorrenza, colpevole a parer suo di precorrere spesse volte un po' troppo i tempi nel parlare di innovazioni tecnologiche, fino a dipingere come realtà di fatto strumenti dalla diffusione al tempo del tutto improbabile quali CD-ROM e realtà virtuale. L'ironia invece su *TGM* imperversa: le recensioni assumono un tono ed un linguaggio del tutto peculiare, come ad esempio nel caso del gioco All Dogs Go to Heaven, letteralmente schernito da un Max Reynaud che in due pagine rompe totalmente col “comune” giornalismo videoludico.

Sul finire del '90, precisamente a novembre, cambia qualcosa d'importante. Al di là delle partenze di Matteo Bittanti prima e di Carlo Santagostino poi (che si succedono

alla guida della posta prima di cederla a Max Reynaud), la *The Games Machine* inglese, in difficoltà economiche, chiude i battenti. La Xenia così come succederà per *Zzap!* un anno più tardi non si perde d'animo ed amplia la redazione in modo da far fronte alla perdita di un apporto esterno per la realizzazione del giornale. A far fronte anche alle partenze di Simone Crosignani e Fabio Massa, sono accolti in redazione Giovanni Papandrea, Emanuele Scichilone, Stefano Petrullo, Giancarlo Calzetta, Andrea Simula ed Alessandro Rossetto.

L'anno nuovo inizia con una politica piuttosto conservativa da parte della rivista, più attenta a non perdere i lettori conquistati fino a quel momento che non a conquistarne di nuovi. È probabile che questa scelta, sempre che di consapevole scelta si sia trattato, asse a che vedere con il recente affrancamento forzato dal giornale corrispettivo inglese, fatto sta che improvvisamente ad aprile l'editore decide di sostituire il giovane Stefano Gallarini a Di Bello nel ruolo di caporedattore.

È un aprile particolare: per l'ennesimo anno *TGM* fa uno scherzo ai suoi lettori, prefigurando l'uscita per console di un videogioco ispirato ai Cavalieri dello Zodiaco, cartone animato di enorme successo al tempo. Questa volta, però, le cose vanno diversamente dal solito, e la falsa notizia ha un impatto tale da spingere numerosissimi utenti all'acquisto di console. Non ci è dato di sapere se effettivamente

quest’impennata nelle vendite sia stata una coincidenza o meno, di certo *TGM* oramai è una lettura influente e molto seguita. In estate la grafica passa allo studio TRP: all’inizio le modifiche sembrano riguardare dettagli minori, poi da novembre appaiono titoli dai font molto discutibili e più in generale un pessimo contrasto tra gli articoli ed i loro fondini multicolore. In quegli stessi mesi il metodo di valutazione ha un ritocco, ed appare il TGI (in pratica tre fattori valutati in “quarti” d’unità: “Tecnica”, “Giocabilità”, “Innovazione”).

Le nuove console si diffondono sempre più, ed il mercato sembra pronto ad accogliere nuove riviste che le trattino in modo specifico. Prima come detto nasce la multiformato *C+VG* (alla quale collabora per un breve periodo, lasciando la Xenia, anche Marco Auletta), poi a luglio nasce la multiformato solo per console *Consolemania* della Xenia ed a novembre la sua concorrente *Game Power* dello Studio VIT. Con l’impegno dell’editore a trattare le console su di un giornale specifico, a settembre la recensione di Sonic per Megadrive è l’ultima in assoluto per console nella storia di *The Games Machine*, che da qui in poi si dedica soltanto a PC ed Amiga (l’Atari ST è pressoché scomparso). Concentrandosi solo su di una parte della propria utenza, la rivista opera delle sostanziale modifiche ai suoi contenuti, la principale delle quali riguarda un ritorno, seppure saltuario, di speciali su particolari argomenti, come ad esempio la computer music,

oppure come il primo reportage completamente italiano dall'ECTS di Londra curato dagli inviati Gallarini e Reynaud. Sempre rimanendo in linea con queste piccole correzioni di rotta, a novembre debutta la rubrica "Talent Scout" del giovanissimo Mirko Marangon, unica nel suo genere nella storia delle riviste videoludiche, che espone al lettorato della rivista e recensisce delle opere amatoriali di programmazione e grafica spedite da lettori. Grazie al Talent Scout nel '94 verrà alla ribalta Shadow Fighter, un picchiaduro per Amiga programmato da un team di sviluppo italiano[18], che diventerà pochi mesi dopo un best-seller di portata mondiale. Ad ogni modo, resta tra le pagine della rivista quell'ironia imperante che da sempre ha caratterizzato il giornale, si pensi alle fotografie autocelebrative nelle prime pagine o a recensioni improbabili come quella di Darkman ad opera di Calzetta (in pratica non spende una singola parola sul gioco recensito). Sul finire dell'anno Max Reynaud subentra a Gallarini nel ruolo di caporedattore, ed inizia con lui uno dei periodi più caratterizzanti per l'intera storia del giornale. Con *The Christmas Machine*, numero speciale natalizio, si chiude un anno dalle vendite consistenti, che ha dato alla rivista strumenti sempre più adatti ad affrontare il mercato. *TGM*

---

[18] Il NA.P.S. Team, composto da Fabio Capone (grafico), Domenico Barba (programmatore), e Nicola Tomljanovic (musicista). È tuttora attivo ed ha alle spalle numerosi titoli di successo, anche per console.

collabora con magazine esteri, è costantemente presente alle fiere (non solo straniere, si occupa anche del Salone dell'Infanzia e di Abacus), ha contatti diretti con le software house, tutto questo mentre i concorrenti diretti ancora si appoggiano in parte a testate straniere. Oramai la rivista Xenia è uno dei giornali del settore più influenti in Europa, con un'impostazione personale, più di ogni altra cosa divertente e facile da leggere.

Intorno alla rivista si è creato un movimento, in un certo qual modo: nella posta non si fa che parlare dell'affetto che molti lettori nutrono per la Cinemaware, software house appena fallita, oppure di come il PC stia col tempo scalzando l'Amiga in unità vendute, in giochi a disposizione ed in potenza di calcolo. Lo "stile *TGM*" di cui parlavamo relativamente a *Zzap!* è anche questo: simpatia e ironia sì, ma molto spesso anche un po' di nostalgia per tecnologie datate, trattate spesso come compagni di giochi più che fredde opere d'ingegneria.

TGM continua a rinnovarsi: arrivano nuovi redattori (Luca Reynaud ad inizio anno e Andrea Della Calce e Raffaele Sogni in primavera), a marzo compaiono, con un'impostazione grafica ancora provvisoria, le "Voci di corridoio", ossia delle news in breve che occupano la prima parte della rivista, infine aumentano esponenzialmente le cosiddette "Preview" (anteprime), anche di titoli lontanissimi

nel tempo. Il mercato sta cambiando: a settembre le recensioni per PC sopravanzano in numero quelle per Amiga (17 contro 7) anche su *TGM*, e la rivista inizia a dedicarsi ai Personal Computer in modo più completo, tant'è vero che in alcune recensioni, per iniziativa di Stefano Giorgi, inizia a comparire un box con le specifiche hardware. Sebbene la Commodore giochi le carte Amiga 600, Amiga 1200 ed Amiga 4000, appare evidente che il futuro è dei Personal Computer, e la Xenia dedica loro una nuova rivista, dall'impostazione più seriosa rispetto a *TGM*, cioè *PC Action* (non ne parleremo, in effetti mutua grafica e contenuti da *TGM*, presentando tutto però con un diverso approccio. Chiuderà addirittura soltanto nel 2004.).

Arriva il 1993 e per *TGM* il successo continua, ulteriormente favorito dall'inclusione tra le sue pagine di *Zzap!*, che termina le pubblicazioni ma continua ad esistere come inserto per poco meno di un anno. È oramai il momento delle prime recensioni di titoli su supporto ottico, e l'epoca degli 8bit sembra storia passata. Molto presto da *Zzap!* inizia a mutuare anche alcune caratteristiche piuttosto peculiari come i box multicommento e la rubrica sui giochi da tavolo, nonché le pagine di umorismo demenziale di *BovaByte*. A marzo nasce il "Music Machine", rubrica musicale, seguito il mese dopo dalla cinematografica "Movie Machine" e dal "Talent Art", mentre la posta è curata, a turno, un po' da tutti i

redattori. Altra rubrica che fa la sua comparsa è il "Consolemania Corner", una sorta di sunto della rivista cugina *Consolemania*, un po' pubblicità della stessa un po' tentativo di invogliare all'acquisto di *TGM* i possessori di console. La rivista si fa sempre più completa e sempre più mensile giovane d'intrattenimento a tutto tondo, finendo persino per lanciare gran parte della sua redazione nella conduzione della trasmissione televisiva Game Master su OdeonTV. Anche la grafica, oramai datata, cambia: dal numero 54 di giugno, l'impaginazione passa dallo studio TRP a quello di Angelo Bellafante, divenendo molto più ordinata, con box squadrati e fondini studiati meglio in relazione al colore del testo. A tal proposito, inoltre, il numero 58 di novembre è il primo numero senza le pagine bianche nella parte centrale, e quello successivo il primo con la costina rigida.

Nel corso del 1994 *The Games Machine* diventa, sopravanzando *K* anche pochi mesi prima della dipartita dello Studio VIT, la rivista del settore più venduta in Italia, primato che manterrà per diversi anni. Mentre la posta passa ai Bovas, la rivista compie i suoi primi passi nel mondo della telematica, aprendo un'area tutta sua sulla BBS Ultimo Impero gestita da Max Coltorti (pochi mesi dopo si passerà a Pegaso, un'altra BBS ritenuta più funzionale). Di breve durata ma di rilievo anche l'apertura di un centralino a pagamento (tramite il prefisso telefonico 144), pubblicizzato soprattutto attraverso la

sottolineatura della possibilità di parlare con i propri beniamini, redattori elevati al rango di “personaggi”. Accanto al logo la dicitura dei sistemi trattati passa da “Amiga-PC” a “PC-Amiga”, ratificando su carta un passaggio di consegne avvenuto, di fatto, già l’anno precedente. Il registro usato dai redattori inizia a farsi più serioso e presto l’argomento investe le missive che arrivano in redazione. Nel maggio, sul numero 64, le didascalie sono applicate a tutte le foto, ed inoltre è allegato un inserto sui mondiali di calcio statunitensi oramai alle porte. Da settembre invece cambiano i parametri secondari di giudizio dei giochi: si passa dal sistema TGI al meno ambiguo PGSGL (acronimo di “Presentazione”, “Grafica”, “Sonoro”, “Giocabilità”, e “Longevità”).

Nuove tecnologie invadono il campo informatico, ed il settore dell’intrattenimento videoludico è il primo a prenderne atto. Max Reynaud spiega nei suoi editoriali come il mestiere del redattore stia cambiando con lo sviluppo del web: quelle copertine che tanto facevano penare i caporedattori del passato adesso sono frutto di poche ore di collegamento in rete. La Xenia è in effetti l’editore che meglio di chiunque altro riesce in questo periodo a sfruttare il web per snellire il lavoro e migliorare i propri prodotti cartacei. Il 1995, inoltre, è l’anno della grande rivoluzione multimediale operata dallo sviluppo su larga scala del supporto ottico, il CD-ROM: precedendo la concorrenza, dal febbraio la rivista inizia ad uscire in due

versioni, con o senza CD. Esso contiene demo, programmi, patch, livelli aggiuntivi e molto altro, e riscuote un successo notevole, soprattutto in virtù della possibilità offerta ai lettori di provare i giochi recensiti. Mentre nella posta il dibattito si sposta su come sfruttare al meglio il CD allegato, da marzo fa la sua comparsa la rubrica "Multimedia Machine", dedicata ai prodotti multimediali su supporto ottico che esulano strettamente dal mondo dei videogiochi.

A marzo *TGM* può permettersi un aumento di prezzo a 5500 Lire nella sua versione senza CD, questo in virtù di un consolidato primato di vendite. Tra le altre cose, l'aumento permette un notevole incremento di foliazione, che arriva a ben 180 pagine. L'impaginazione nel corso dell'anno migliora notevolmente, divenendo più precisa e pulita soprattutto per quanto riguarda le news, che tra l'altro aumentano a discapito delle anteprime. In realtà ciò che si inizia ad intravedere in fatto di una maggiore "serietà grafica" non è altro che lo specchio di un processo di crescita della rivista: il suo target è diventato più maturo, così i suoi redattori, e così anche il linguaggio e l'approccio giornalistico generale della testata. Intanto che l'Amiga viene "confinato" in una sezione specifica, un po' come era successo due anni prima per *Zzap!* e gli 8bit, Scichilone e Petrullo lasciano la redazione, rimpiazzati da Stefano Silvestri, al quale dopo poco viene affidata la cura del "Silver Disk" (nome dato al CD allegato),

Mauro Bossetti, Massimo Svanoni, e Fabio Simonetti. A novembre Max Reynaud diventa direttore esecutivo, e Stefano Silvestri caporedattore. La rivista propone sulla falsariga di *K* il suo primo questionario, dal quale ha importanti feedback da parte del suo lettorato più affezionato. Ne conseguono la soppressione della vetusta rubrica sui giochi da tavolo e sui giochi di ruolo ed ulteriori piccoli accorgimenti.

Raggiunta una posizione di dominio difficilmente contrastabile da parte di altre testate (soprattutto nel biennio successivo), *TGM* come vedremo nel prossimo capitolo continuerà a migliorarsi e vivrà il suo periodo di maggiore fortuna.

3.4 – La rinascita delle console: Consolemania e Game Power.

Laddove la *K* di Albini e collaboratori e *TGM* si contendevano il primato di rivista per computer, le corrispettive *Game Power* e *Consolemania* facevano lo stesso relativamente al mercato delle console.

Game Power nasce nel dicembre del 1991, ed è opera come abbiamo già avuto modo di dire dello Studio VIT di Albini e Rossetti. Multipiattaforma, ma rigorosamente solo per console, *GP* ha una redazione in parte formata da giornalisti

provenienti da altre riviste del settore, come ad esempio il più volte citato Matteo Bittanti, in parte messa insieme in tutta fretta addirittura grazie ad un annuncio sul periodico *Seconda Mano*. Lo stile della rivista appare subito coloratissimo e scanzonato. Molti recensori sono giovani alle prime armi, non ancora giornalisti, e quest'aspetto traspare vistosamente soprattutto nei primi numeri, nei quali non è infrequente trovare recensioni che parlano del gioco soltanto molto alla lontana (si pensi ad esempio a quella di Fabio Ravetto riguardo al bistrattato King of the Monsters 2). È un po' una scelta un po' probabilmente un caso, ma ad ogni modo il risultato per quanto acerbo sembra riscuotere un discreto successo di vendite.

I primi numeri di *GP* hanno poche pagine, le news sono ridotte all'osso così come le stesse recensioni. Non sono solo spine: la rivista ha alcuni punti di forza di tutto rispetto, come la bravura di Bittanti nel gestire la posta, i numerosissimi box esplicativi (in verità non sempre utili) a corredo delle recensioni, e l'invenzione di personaggi di finzione accattivanti come Zia Marisa, Zio Eufemio, Nestore il negoziante balordo e via dicendo. A completare il quadro, la rubrica "Game Over" a fine rivista, un piccolo spazio dedica all'umorismo demenziale in stile riviste Xenia. Man mano cresce lo spazio dedicato alle anteprime, sono inserite le classifiche dei giochi preferiti dai lettori, le recensioni

migliorano in accuratezza e scrittura: sono istituiti voti in centesimi, un bollino “Power game” per i migliori titoli, una scheda tecnica, il filone cui il titolo appartiene, un diagramma azione/pensare, e “Sotto controllo”, in altre parole i tasti da utilizzare per giocare. Tantissime diventano anche le pagine di soluzioni e trucchi (“Help”), e compaiono anche gli annunci economici di rito.

Più avanti gli stessi redattori iniziano a differenziarsi e ad assumere delle personalità ben riconoscibili. Oltre gli oramai storici Riccardo Albini, Alberto Rossetti e Benedetta Torrani, diventano dei veri propri personaggi anche i vari Vincenzo Beretta, Matteo Bittanti, Simone Crosignani, Andrea Minini Saldini, Paolo Paglianti, Alessandro Cattelan, Stefano Bonora, Fabio Massa e Giorgio Baratto (entrambi ex Xenia), Tiziano Toniutti, Antonio Loglisci, Derek dela Fuente. Inizia una continua polemica, in verità più vicina allo scherno, nei riguardi della rivista concorrente *Consolemania*. Diatriba nata probabilmente proprio sulle pagine del periodico Xenia, dove solitamente i redattori avevano criticato il modo di scrivere le recensioni di *GP*, il continuo riferimento alla concorrenza è soprattutto un modo per stringere a sé il proprio giovanissimo lettorato, farne comunità.

Persa la connotazione da fanzine verso la fine del primo anno di vita, *Game Power* diventa una rivista giornalisticamente parlando più professionale. Il tono

scanzonato, le frasi assurde ("radicale, cenobitico!") rimangono, così come i box non sempre utili, ma le recensioni diventano più curate e spiegano con chiarezza le caratteristiche dei giochi presi in analisi. Anche la grafica, agli inizi davvero disastrosa, diviene più elaborata, non smarrendo comunque l'impostazione iniziale da fumetto. Si succedono speciali come una guida ai migliori giochi per ciascuna console (con minirecensioni per ogni titolo), un resoconto del CES di Las Vegas e tanti altri, ancora lontani comunque dalla dignità giornalistica che la stessa redazione infondeva negli articoli pubblicati su *K*.

Dal numero 24 MBF lascia la rivista e lo Studio VIT, ed alla posta lo sostituisce come su *K* Tiziano "Apecar" Toniutti, il quale anche su *GP* da alla rubrica un piglio davvero originale. In realtà nel corso del 1994 sono molte le modifiche che avvengono nel corpo redazionale, e probabilmente lo spirito che aveva contraddistinto la rivista fino a quel momento va via via scemando. Dal numero 30 in poi *GP* cambia impaginazione, adottandone una inizialmente meno chiara ma col passare dei mesi evidentemente più al passo con i tempi rispetto alla precedente, e col numero 37 cambia anche il formato, leggermente più grande di quello degli esordi. L'impressione è però in ogni caso di una rivista curata meno del necessario: tutti gli sforzi dello Studio VIT, dopo la perdita

di *K*, sono concentrati sulla lavorazione di *Zeta*, e *Game Power* soffre la sua condizione di rivista di secondo piano.

Nel 1995 fanno il loro ingresso sul mercato le nuove console a 32 bit e cambia qualcosa d’importante nella linea editoriale del giornale. Se in passato la redazione si era sempre astenuta dal decretare quale sistema fosse superiore agli altri, precisando quanto ogni console possiede titoli peculiari, con l'avvento dei nuovi sistemi i recensori iniziano a esprimere chiaramente la loro preferenza: la PSX di Sony è sensibilmente più considerata rispetto al Saturn della Sega. In effetti, pur disponendo di titoli validi, la console Sega non è tecnologicamente all’avanguardia come quella concorrente e la sua programmazione risulta ostica alla maggioranza degli sviluppatori. Aggiungendo a questo il fatto che le conversioni di titoli arcade, cioè dei giochi che maggiormente stimolano l’utenza all’acquisto di un sistema anziché un altro, si rivelano deludenti, appaiono chiare le ragioni della scelta editoriale dello Studio VIT, nonché dello stesso fallimento del progetto Saturn. Di rilevanza a tal proposito è l’episodio riguardante la recensione del picchiaduro TohShinDen per PSX, al quale viene attribuito l’improbabile voto di 105% da Davide "Orwell2000" Soliani. Inizia a crearsi una spaccatura sempre più netta tra i lettori, con i sostenitori della Sega quanto mai lontani dalla rivista.

La rivista cerca una nuova identità: sul finire del ’95 cambia nuovamente l’impostazione grafica (probabilmente peggiore della precedente) e inizia ad essere stampata su di una carta più economica, mentre dal maggio del ’96 (numero 51) cambia addirittura la testata. L’anno seguente le cose per *Game Power* iniziano a volgere drasticamente in peggio. Il mercato dei videogiochi è cambiato trascinando dietro di sé quello editoriale ad esso legato. In edicola, come vedremo, iniziano a comparire le prime riviste italiane monoformato dedicate alla PSX ed alle sue console rivali. Lontani i tempi in cui una sola rivista poteva accontentare i possessori delle più varie console, *GP* perde lettori prima e redattori storici poi. Nel ’97 lo Studio VIT la da in gestione all’editore Il Mio Castello che prova, in netta alternativa al principale trend del mercato, a farne una rivista per tutto ciò che non sia PlayStation, ma fallisce nelle intenzioni e riesce a proseguire le pubblicazioni addirittura per un numero soltanto.

Simile, sebbene dilatata nel tempo, è la storia della già citata principale concorrente di *GP*, quella *Consolemania* (anch’essa multiformato) curata dalla stessa redazione di *TGM*, il primo numero della quale è in edicola nell’ottobre del 1991. Dotata di una testata molto accattivante, la rivista poggia anche graficamente sulle soluzioni già sperimentate in precedenza su *TGM*. Il target sembra essere un pubblico piuttosto giovane, non dissimile da quello della propria

concorrente: in effetti l'utenza delle console nei primi anni '90 si può presumere composta di ragazzi generalmente di età non superiore ai sedici anni. *Consolemania* presenta la stessa costanza strutturale di *TGM*, le sue rubriche si succedono continue nel tempo e in un ordine soggetto a pochissime variazioni. Dopo l'editoriale di Gallarini (caporedattore degli inizi, poi sostituito da Alessandro Rossetto), ci sono news prima generali, poi relative al luogo d'origine ("Made in Japan" ed "Americanicamente") e poi per case produttrici di console: "Nintendo news" e "Sega city". Le recensioni coprono innanzi tutto le macchine Atari (almeno nei primissimi tempi in cui essa era ancora presente sul mercato), poi c'è una pagina esplicativa riguardante la simbologia adottata e solo dopo sono trattate tutte le altre console. *CM* è molto bella da vedere, le foto sono di grandi dimensioni e ben fatte, le recensioni (dal tono sempre tendente all'umorismo demenziale) sono di solito lunghe e provviste di box riportante la piattaforma a cui il gioco è dedicato, e terminano con giudizi dai voti in centesimi per le voci "Grafica", "Sonoro", "Giocabilità" e "Globale", con breve sunto degli aspetti positivi o negativi per ciascuna delle voci. Il giudizio globale appare anche all'inizio della recensione, su di un cartello stradale, insieme ad un altro simile che raffigura il genere del titolo trattato. Fin dal primo numero, inoltre, *CM* ospita rubriche su giochi da tavolo, "Rogue'n'Role" sui giochi di

ruolo, “Control your console” affidata a Davide Corrado e riguardante i trucchi e le soluzioni, nonché le pagine d’annunci “Consoliamoci” ed il “Bovas’ hard café”, ossia la posta curata dal duo Corrado/Besser. Dal marzo del ‘92 le soluzioni grafiche adottate variano leggermente, e la posta assume la sua “storica” veste. Lo stile con cui è condotta dai “Bovas” è particolarmente interessante, a volte profondo, sempre abbastanza divertente.

Nel corso del ’93 il parco lettori della rivista si amplia notevolmente, crescono le inserzioni pubblicitarie così come il numero di pagine, fino a quando a dicembre non ottiene anch’essa come *TGM* la costina rigida. Del resto con la chiusura di *Zzap!* la rivista ne raccoglie in eredità dei lettori e alcune caratteristiche come il commento multiplo alle recensioni. Sebbene ci sia nel corso dell’anno un tentativo di dare dignità al giudizio a fondo delle recensioni (alle tre voci citate prima è aggiunta “Longevità”), non sono rare le critiche per i toni troppo leggeri. *Consolemania*, ad ogni modo, si propone manifestamente di intrattenere quasi più che di informare, portando agli estremi lo stile che aveva reso famose le precedenti riviste Xenia.

La rivista si mantiene sostanzialmente la stessa nel tempo, con cambiamenti grafici che seguono a ruota di pochi mesi quelli operati su *TGM*. Il mercato invece si modifica: come abbiamo già avuto modo di dire il dualismo

Sega/Nintendo s’incrina intorno al 1996, a causa dello strepitoso successo ottenuto dalla PSX di Sony. Il posizionamento sul mercato di *Consolemania* sembra rimanere inalterato, mantenendo un lettorato molto giovane come punto di riferimento. Come vedremo nel capitolo 5, se la cosa da una parte funziona (con vendite però dal ’95 in poi sempre meno entusiasmanti), dall’altra è anche naturale che alla lunga comincino ad arrivare le prime proteste dei lettori di vecchia data, i quali si rispecchiano sempre meno in una rivista che ha deciso di non crescere con loro.

CAPITOLO 4: TERZA FASE, LA CRISI DELLE RIVISTE ORIZZONTALI DI FINE ANNI ’90. COMPUTER.

4.1 – Zeta, la travagliata storia di un magazine differente.

In generale nella seconda metà degli anni ’90 si assiste prima alla fine delle ultime riviste multiformato rimaste, poi all’esplosione di un’editoria videoludica estremamente complessa, più che altro verticale e monoformato, dovuta soprattutto ad una nuova segmentazione del mercato ed all’azione propulsiva che a talune riviste viene conferita da produttori hardware come Sony, Sega e Nintendo. Visto quanto diversamente questa tendenza finisce per influire sulle riviste, a seconda che esse siano dedicate ai computer o alle console, tratteremo nel presente capitolo la situazione riguardante i magazine per computer, e nel seguente i corrispettivi dedicati alle console.

Un po’ultimo brillante baluardo di una vecchia editoria, un po’ primo passo in avanti rispetto ad alcune concezioni oramai superate, nel febbraio del 1995, dopo un solo mese dall’estromissione dello Studio VIT dalla produzione di *K*, *Zeta* fa la sua comparsa in edicola al prezzo di 6000 Lire. L’ultima nata del duo Rossetti – Albini è questa volta edita

direttamente dallo Studio VIT, e fin dal primo numero mostra gran parte delle sue potenzialità: costina rigida, ben 160 pagine redatte con gran cura, una grafica ancora da migliorare e carta di una qualità non eccelsa. Dedicandosi a PC (sempre più spesso su supporto CD-ROM), Amiga, Amiga CD32, Mac, *Zeta* si sforza di rendere giustizia alle principali macchine da gioco presenti sul mercato, e promette di entrare nella storia delle riviste del settore mostrando d'essere ciò a cui ambiva *K* nei mesi precedenti, ma che per un motivo o per un altro non le era stato dato modo di poter diventare.

La redazione è di tutto rispetto e oramai collaudata, con il caporedattore Andrea Minini Saldini affiancato da Paolo Paglianti, Yuri Abietti, Marco Andreoli, Diego Antonelli, Massimo Triulzi, Giorgio Baratto, Simone Bechini, Vincenzo Beretta, Alessandro Cattelan, Derek dela Fuente, Emanuele Sabetta, Tiziano Toniutti.

La grafica di *Zeta* col passare dei numeri si fa molto chiara e semplice, una sorta di evoluzione di quella dell'ultima *K*, ed i suoi contenuti ben presto diventano il nuovo punto di riferimento del giornalismo videoludico italiano. Ad aprire la posta ("Zmail"), curata così come era per *K* dal bravo Tiziano Toniutti, definito in modo azzeccato da alcuni lettori "un personaggio filosofic-grunge-postmoderno". Segue la rubrica "Mondo Bit", che tratta approfondimenti sul mondo dell'informatica in generale, news e fiere. Iniziano gli speciali,

ai quali è dato notevole spazio: in uno stesso numero ben otto pagine riguardano i progetti della Apple e cinque la Sony PlayStation. "Il futuro è adesso", si potrebbe dire, e gli occhi con cui *Zeta* l'osserva sono meno visionari e più realistici rispetto ai tempi di *K*. Dal punto di vista di un approccio ai videogiochi molto legato a concretezza ed immediatezza, si può probabilmente inserire anche il fatto che le anteprime dei giochi in uscita non siano ritenute meritevoli di troppe pagine. "Test", in pratica la sezione di *Zeta* dedicata alle recensioni, si propone di essere più che ogni altra cosa una guida all'acquisto per tutti gli appassionati di videogiochi. "Ciascun gioco recensito è stato giocato a fondo e testato dai migliori recensori sulla piazza. *Zeta* è una rivista indipendente ed il suo editore di riferimento è il lettore.", è così che, in ogni numero, si apre la pagina delle recensioni. Il "manifesto" della rivista quindi, seguito da un sommario dei giochi recensiti e da un box esplicativo riguardante il metodo di giudizio. La scala utilizzata è in decimi, piuttosto intuitiva (verrà più avanti confessata l'idea iniziale, poi scartata, di eliminare totalmente una valutazione numerica[19]). Le recensioni sono strutturate come una sorta d'ipertesto: al voto numerico si accompagnano un box con il sistema su cui gira il gioco, uno sugli aspetti positivi e negativi del titolo recensito, uno sulle informazioni

[19] Lo ribadisce più volte Tiziano Toniutti, sia nella posta di svariati numeri che in alcuni suoi interventi su it.fan.studio-vit.

relative agli aspetti tecnici, infine un eventuale bollino “Zeta Consigliato” per i giochi particolarmente meritevoli. Inoltre (e qui la similitudine con l’ipertesto) non mancano box su aspetti interni al gioco affiorati in sede di recensione, quali possono essere nemici, storia, la soluzione ai primissimi quadri e via discorrendo: a parole sottolineate in un determinato colore corrisponde un box del colore medesimo, contenente informazioni sull’argomento.

Nel pieno esplodere della moda della multimedialità fine a se stessa, non può mancare in una rivista che si rispetti una corposa sezione dedicata ai CD-ROM interattivi, e la rubrica “Zeta multimedia” nasce proprio a tal scopo. Seguono pagine e pagine di soluzioni ai giochi, di trucchi, una posta apposita per chi si sia bloccato in talune sezioni troppo ostiche (tutto gestito, sempre sulla falsariga di *K*, dall’esperto Paolo Paglianti), una posta “tecnica” a cura di Alessandro Cattelan, ed infine “L’ultima parola”, angolo di riflessione relativo ai videogame ed a ciò che ruota loro intorno, una sorta di editoriale (in effetti mancante nella prima parte).

Il primo speciale su di una fiera, l’E3 del numero 5 di Giugno 1995, è piuttosto stringato, con una sola immagine per ciascun gioco e commenti brevissimi. Appare ancora più chiaro quanto la rivista abbia un’impostazione votata alla concretezza e non dia molto spazio alle anteprime ed ai titoloni in uscita in un futuro piuttosto remoto. Del resto gli

speciali dalle fiere sono spesso stati un esempio di mediocre giornalismo: difficilmente gli articoli finali sono redatti dagli inviati sul luogo, al punto da trasformarsi frequentemente in una trascrizione di dubbia utilità dei comunicati stampa diffusi alle fiere dai produttori. *Zeta*, ad ogni modo, non è solo incentrata sull'imminente e non disdegna affatto l'approfondimento: sullo stesso numero ben 10 pagine sono spese per uno speciale sull'Amiga (in occasione del decennale della nascita), con storia, videogiochi principali e personaggi di rilievo dietro ad un computer che ha lasciato il segno.

Sebbene il segmento di mercato scelto sia esplicitamente quello costituito da un'utenza seriosa e matura (un po' di più rispetto a quella della nuova *TGM* di Stefano Silvestri, e di gran lunga di più rispetto invece alla teenage-oriented *K* della Edi.Progress), a metà del primo anno di vita la rivista appare ancora in fase sperimentale e non definita fino in fondo per quanto riguarda le rubriche ed i contenuti: si sente presto l'esigenza di un questionario utile a sondare con una certa chiarezza quali siano i gusti di un lettorato man mano più affezionato e numeroso. Conseguentemente ad esso aumenta lo spazio per le anteprime ("Prima Visione"), e Internet si affaccia sempre con maggiore determinazione tra i contenuti della rivista. A settembre viene pubblicato uno speciale sui siti web dei principali sviluppatori/publisher di videogiochi. È un'iniziativa particolarmente innovativa nel 1995. Dal punto

di vista redazionale prima fa capolino in redazione Matteo Bittanti, poi nel novembre Luca Bonacina sostituisce Alessandro Cattelan, infine fa il suo ingresso nello Studio VIT anche Luca Chichizola.

Dopo il primo anno di vita comincia a trasparire il fatto che la rivista economicamente non sia particolarmente stabile, o almeno non quanto le dirette concorrenti con alle spalle investitori più forti. Il 1996, infatti, segna una profonda crisi di contenuti e di vendite, e la conseguente presa di coscienza da parte dello Studio VIT dell’impossibilità di portare avanti la rivista senza aiuti esterni. Una via d’uscita sembra poter essere la cessione di *Zeta* in gestione all’editore Il Mio Castello, che ne avrebbe continuato a garantire l’uscita. Iniziato nel novembre del ’96, l’esperimento fallisce miseramente: ne viene fuori una rivista poverissima di spessore giornalistico, stampata su carta di pessima qualità, senza più costina rigida e curata da redattori alle prime armi.

Il ritorno dello Studio VIT avviene nel settembre del 1997, con il numero 29. Molti redattori del nucleo originale se ne sono oramai allontanati (quasi l’intera redazione della prima *Zeta* scrive in *Giochi per il Mio Computer*, nuova rivista edita da Il Mio Castello), ed Albini e Rossetti corrono ai ripari procurandosi le licenze degli articoli dell’inglese *PC Zone*, una delle riviste d’oltremanica di maggior successo. Portato il prezzo a 9900 Lire, inoltre, il giornale inizia ad allegare un CD

di demo, patch ed altro software, adeguandosi al trend seguito da un po' tutti i concorrenti contemporaneamente in edicola. Le parole, al tempo scritte da Rossetti sul newsgroup it.fan.studio-vit, chiariscono la situazione di quei mesi e le intenzioni della sua squadra: "Uno dei nostri obiettivi […] è adesso ridare una sua personalità a *Zeta*. Trasmettere ai lettori una linea editoriale e tentare di capire dove si muove il mercato. […] Ad esempio articoli sulle schede 3D, gli emulatori, l'intelligenza artificiale, eccetera. Il primo obiettivo comunque ve lo possiamo dire: dare un po' più di vivacità a *Zeta*, una *Zeta* fatta in Italia con contributi dall'America, dall'Inghilterra e da chiunque abbia voglia di darne.". È ovvio che la mancanza di una redazione vera e propria sia all'origine di una tale necessità di contributi esterni, ma del resto la rivista deve pur sopravvivere. Da qui anche l'improvviso bisogno di standardizzarsi, da qui il CD di demo di dubbia originalità, e la malcelata delusione di un Tiziano Toniutti che nella posta, di mese in mese, vede le sue promesse al lettorato venire sempre più disattese.

Dopo due anni *Zeta* ha perso ancor di più carattere e lettori. I testi di *PC Zone* si rivelano poveri ed inadatti alla tipologia di pubblico cui la rivista dello Studio VIT invece si è sempre riferita, e la carenza d'idee in alcuni numeri rasenta l'imbarazzante. Di buono, ad ogni modo, c'è la capacità soprattutto di Toniutti di tenere insieme una sorta di

community di lettori, utilizzando in modo originale (siamo ancora nel 1997) a tal fine Internet e le chat da essa messe a disposizione. Importanti cose nascono dalla regia occulta e probabilmente inconsapevole di Tiziano Toniutti, come il canale #zeta su Flashnet[20]. La creazione da parte dei suoi utenti di *Games on-line*, poi divenuta *Nextgame.it*, avrà una sua parte nella storia di *Zeta*. È il settembre '99, infatti, quando lo Studio VIT decide nuovamente di uscire di scena, cedendo la produzione della rivista ad esterni. Stavolta tocca a GamesIdea, appunto la squadra conosciutasi su #zeta che aveva realizzato a *Nextgame.it*.

Il nuovo team redazionale, con in testa Simone Soletta, fa di tutto per migliorare la situazione: elimina le traduzioni, aggiunge rubriche su rubriche e nuove sezioni, prova a riportare la passione al centro della produzione del giornale. Con Billeri alle news, o anche Gori alla gestione della posta, la nuova redazione è composta da pochissimi ragazzi ma tutti con alle spalle un'attenta lettura della *Zeta* del passato. Nonostante l'aria di rinnovamento, nonostante il fatto sia diventata in tutto e per tutto una rivista monoformato ed abbia cambiato nome (*PCZeta* anziché semplicemente *Zeta*), anche in questo caso le vendite non si possono dire entusiasmanti. Una rivista che sopravvive solo grazie ai suoi bassissimi costi

[20] Rete interna ad IRC al tempo molto frequentata. IRC, Internet Relay Chat, è stata la prima forma di comunicazione istantanea su Internet.

di produzione non ha molto senso, e presto lo Studio VIT se ne rende conto, riprendendo per la terza volta in mano le redini del giornale. Il lavoro degli ottimi Vincenzo Beretta ed Andrea Babich, coadiuvati dalla saltuaria collaborazione di figure di spicco del giornalismo videoludico nostrano come Matteo Bittanti e Paolo Besser, dura però soltanto dal settembre 2000 al marzo 2001, mese in cui *PCZeta* pubblica il suo ultimo numero, il 69. Sono mesi travagliati, in cui il giornale non riesce ad uscire con costanza ed in cui capita molto spesso che i CD allegati siano difettosi. Lo Studio VIT, impegnato nel frattempo nella gestione del sito *KataWeb*, cioè del portale on-line del gruppo *La Repubblica-L'Espresso*, si impegna sempre meno nella sua redazione e l'abbandona a se stessa fino alla chiusura. È così che Besser spiega su it.fan.studio-vit la fine della rivista: "Credo sia ora di smettere di incensare *PCZeta* come la migliore rivista di videogiochi che ci sia mai stata. Senza nulla togliere alla qualità degli articoli, dei dossier e delle recensioni, mi domando cosa effettivamente abbia fatto lo Studio VIT per ingrandire il suo pubblico. *PCZeta* è diventata negli ultimi tempi una rivista per pochi intimi (le cifre che ho in mano parlano di circa 8000 copie vendute al mese, una vera miseria), al punto che a discuterne la morte, su questo newsgroup, siamo rimasti solo noi ex redattori. Eppure chi siamo noi per poter dire di aver fatto la rivista migliore, se poi il nostro lavoro non è stato letto da nessuno? […] Noi

facciamo riviste, noi ci rivolgiamo a un pubblico. Il pubblico ci chiede determinate cose. Se gliele diamo, vendiamo. Se ci fosse stata una benché minima volontà di rilanciare *PCZeta*, i signori di *KataWeb* avevano a disposizione un sacco di soldi e dell'ottimo personale: hanno sprecato questo ben di Dio tirando a campare. Lo Studio VIT ha commesso il solito errore di ritenersi superiore non solo alla concorrenza (cosa, per quanto opinabile, del tutto legittima), ma ai suoi stessi lettori: pur rendendosi conto che la fauna di coloro che vogliono dossier, speciali, opinioni, recensioni inappuntabili si stesse assottigliando, loro hanno spinto l'acceleratore proprio nella direzione del binario morto. Belli, per carità, gli ultimi numeri di *PCZeta*, peccato non li abbia letti nessuno."

C'è in ogni caso da dire che, come giustamente sul medesimo newsgroup rileva in risposta Simone Soletta, l'idea di una rivista di videogiochi che approfondisca tutti gli argomenti reperibili in rete soltanto nei loro aspetti superficiali non è in sé cattiva. Probabilmente nel 2001 i tempi per un qualcosa del genere non sono ancora maturi, ma ne parleremo in seguito. Ad ogni modo, fallita la sua ultima creatura, lo Studio VIT rinuncia definitivamente all'editoria videoludica, e dopo pochi mesi si allontana anche dal progetto *KataWeb*, concentrandosi negli anni successivi sulla messa a punto e la diffusione di giochi di grandissimo successo internazionale quali Fantacalcio e Sudoku.

4.2 – Gli anni d’oro di The Games Machine e l’esperimento di Zzap!, prima rivista on-line.

La storia di *Zeta*/*PCZeta* si è sviluppata in un intervallo piuttosto lungo, in cui non sono mancate altre novità nel settore editoriale. Vediamo innanzitutto cosa è accaduto nel contempo alle sue dirette concorrenti.

Nel 1995, anno da cui siamo partititi per ricostruire la vicenda dell’ultima rivista dello Studio VIT, come detto è *TGM* ad avere una posizione dominante sul mercato. La rivista Xenia continua la sua crescita, mese dopo mese. La parola “Internet” inizia a fare sempre più capolino nella posta, divisa tra nostalgie del passato dominato da Amiga e futurismi internauti. Il web comincia a diffondersi e cresce continuamente il numero dei lettori che ne ha accesso: obiettivo principale del giornale diventa anticipare la rete, un qualcosa al tempo ancora semplice per l’attendibilità che negli anni la rivista si era guadagnata. La novità è lo stesso d’enorme importanza: nel giugno del ’96 (numero 87) viene annunciata l’apertura di un sito web della Xenia e, grazie al dominio di cui si è dotata la stessa casa editrice, alcuni dei redattori iniziano ad avere delle caselle e-mail personali.

Le sperimentazioni on-line continuano anche nei mesi a venire, e nella notte del 15 settembre del 1996 addirittura torna, come prima vera e propria rivista “su web”, la storica

Zzap! chiusa tre anni prima. Al progetto di Paolo Besser collaborano innanzi tutto coloro che costituivano il nucleo della vecchia redazione, cioè Davide Corrado, Bonaventura Di Bello e Giancarlo Albertinazzi, poi altri redattori impegnati su *TGM* come Fabio Simonetti, Alessandro La Spada, Mirko Marangon, e Andrea Della Calce. Gli inizi sono tutt'altro che esaltanti: a giudicare dai pochi accessi giornalieri, sembra che le difficoltà perché il sito decolli siano insormontabili. Probabilmente il difetto della nuova *Zzap!* è di essere ancora concepita come una rivista cartacea, cosa che le impedisce di assecondare quelle che sono le esigenze del media tramite il quale si presenta. Nel maggio successivo il progetto iniziale viene rivoluzionato in favore di un'espansione delle tematiche: l'attenzione degli internauti del tempo è catalizzata soprattutto da quattro argomenti[21], ovvero notizie in tempo reale, emulazione, accelerazione 3D e multiplayer, e *Zzap!* trova il modo di soddisfare le curiosità dei suoi lettori. L'idea, piuttosto semplice, è quella di integrare la rivista con i migliori siti dedicati ai succitati argomenti. Sono scelti IENA, Multiplayer Zone e NonSolo3Dfx. Il successo è enorme: i 70 accessi quotidiani diventano in breve tempo più di 2000, e arrivano persino a danneggiare il server su cui il sito è

---

[21] Paolo Besser, *Le abbiamo viste tutte!*, cit.

ospitato, rendendolo di fatto inaccessibile per i quattro mesi successivi.

Nel frattempo la *The Games Machine* di Stefano Silvestri si sta rinnovando, e sta assumendo una propria nuova identità. Nella posta sono continue le lamentele riguardanti i toni troppo seri con cui sono redatte le recensioni e, in effetti, il lettore più sentimentale e di vecchia data non può che ritrovarsi spiazzato dal nuovo taglio della rivista. Con il rapido declino di Amiga le cose sono cambiate: il magazine è sempre più una rivista monoformato dedicata esclusivamente ai Personal Computer. La cosa ha conseguenze sull'intera impostazione di *TGM*, perché se l'utente Amiga nonché il primo utente PC poteva tranquillamente essere un ragazzo appena allontanatosi dagli 8bit, utente informatico alle prime armi, a tutto il '97 chi legge *TGM* (con lo spostamento degli utenti di videogiochi più giovani verso le nuove console, in primis la PlayStation) è una persona che utilizza il PC probabilmente non solo per giocare, di un'età che può andare sotto i venti anni ma di poco e raramente.

È un anno d'oro per la rivista, che raggiunge il massimo del suo splendore con numeri capaci di raggiungere ben 276 pagine. Segno comunque di un successo editoriale clamoroso, c'è da dire che un ragguardevole numero di queste è appannaggio delle inserzioni pubblicitarie. Non si può ad ogni modo negare che crescano notevolmente anche "Preview",

recensioni, rubriche e soprattutto i reportage da ECTS ed E3, o da fiere italiane quali SIM, FuturShow ed Abacus. La rubrica tecnica con posta ad essa correlata, la rubrica di recensioni hardware, un piccolo numero di pagine dedicate al Mac: *TGM* sta diventando completa e allargando il suo segmento di mercato anche a quell'utenza più adulta che, orfana di *K* così come l'avevano sempre letta, era passata a *Zeta*.

Sul finire dell'anno il linguaggio utilizzato cambia nuovamente, ed un gergo proprio della redazione fa capolino sulle pagine della rivista. Inusuali termini quali "carisma", "imbruttito", "avvoltolato", "spolvero", "agonismo", usati peraltro in modo non convenzionale, iniziano a diffondersi in numerosissime recensioni ed a "fare community" per il lettorato.

Nel frattempo, nonostante le enormi difficoltà tecniche riscontrate, il 15 gennaio del 1998 *Zzap!* ritorna una volta ancora, da qui in poi anche in webcast e con tutte le aree graficamente unificate e per l'occasione rinnovate. La sua redazione riesce a guadagnarsi qualche scoop importante, come un'anteprima in esclusiva sull'imminente Syndicate Wars ed una recensione di Quake in notevole anticipo rispetto alle riviste cartacee, *TGM* inclusa. Il brand di *Zzap!* è riuscito in quei mesi, grazie al suo storico prestigio, a mantenersi vivo ed a mutare. Sinonimo di passione, d'originalità, ha mantenuto il suo spirito d'innovazione e rivalsa nei riguardi

dell’informatica tradizionale, senza voler essere un porto franco per nostalgici, quanto piuttosto un rifugio per chi volesse sperimentare le meraviglie della rete.

Intanto *The Games Machine* man mano cambia veste grafica, adottando soluzioni meno colorate e giocose e decisamente più moderne. Dal punto di vista contenutistico, mentre il “Talent Art” ed il “Talent Scout” iniziano ad alternarsi, la rubrica sui Mac ben presto scompare. Interessante notare anche i modi di trattazione di Ultima on-line, primissimo MMORPG di diffusione di massa: ai primi tempi se ne parla solo in una piccola rubrica nelle voci di corridoio, al pari di notizie di scarsa importanza. Il 1998 si conclude con l’annuncio della collaborazione con TMC2, all’interno della trasmissione serale Lion Network.

L’anno seguente il PC appare chiaramente come l’unica piattaforma ludica multifunzione. Ogni genere è ormai passato alla grafica tridimensionale, con conseguente esplosione del mercato delle schede video acceleratici. Mentre la sezione Amiga perde pagine e contenuti (con Massimo Marino e Mirko Marangon che s’impegnano per la sua sopravvivenza nonostante l’oramai avvilente penuria di notizie), nascono rubriche “vecchio stampo” come il making-of di Black and White, le recensioni in breve (esperimento però di limitata durata), nonché aumentano i giochi on-line di cui si parla nelle voci di corridoio. Si parla sempre di più del multiplayer (il

successo di giochi come Half Life ed Unreal è enorme), fino alla nascita a settembre della rubrica “Fragzone” ad esso dedicata. “Rubriche di questo tipo saranno il futuro delle riviste del settore”, spiega a ragione Stefano Silvestri nell’editoriale.

Un po’ grazie al ponte che è Xenia On-Line, un po’ grazie al canale di chat #tgm, il rapporto con i lettori che traspare dall’incontro al FuturShow appare saldissimo. Del resto la sopraggiunta “professionalità” con cui si sta scrivendo del mondo dei videogiochi non esclude toni comunque divertiti e carichi di passione o anche pagine dedicate ai personaggi della redazione, come lo speciale (da aprile) di tre mesi su di un campionato di kart redazionale o il reportage di giugno sull’E3, pregno di cronaca redazionale.

È interessante notare il punto di vista redazionale di questo periodo sulle fiere: descritte come fiacche e prive di attrattive, si ammette di non essere più sorpresi dalle novità di volta in volta presentate. Del resto i tempi di sviluppo dei giochi con la diffusione del 3D si sono notevolmente dilatati, ed il rischio di vedere per anni sempre i medesimi titoli “work in progress” è alto, così come quello che Internet abbia svelato tutto anticipatamente.

In primavera il sito di *Zzap!*, nell’ambito di una ristrutturazione della sezione on-line della Xenia Edizioni, chiude definitivamente i battenti anche a dispetto del discreto

successo fino a quel momento ottenuto. Tutti gli sforzi sarebbero da lì in poi fatti convergere su *Tgmonline*. In estate Paolo Besser lascia momentaneamente la rivista per unirsi a Fabio Rossi in un nuovo progetto editoriale, *NextStation*, cosicché la posta passa dai Bovas a Massimo Svanoni. È l'ultimo Natale del millennio e la rivista regala Tribes. Un gioco non da poco, per molti un capolavoro, e l'iniziativa non è destinata a rimanere isolata. *Giochi per il Mio Computer*, divenuta nel frattempo la principale antagonista di *TGM* in fatto di vendite, aveva comunque precorso i tempi, regalando un gioco in primavera per poi ripetersi saltuariamente. È importante notare che nell'editoriale dello stesso numero di Tribes in allegato, Max Reynaud spiega come la pratica di aggiungere giochi completi alle riviste videoludiche abbia a suo parere degli aspetti pericolosi.

Spingersi più avanti nella storia di *The Games Machine* vorrebbe dire entrare in una sua nuova fase, quella della difficilissima competizione editoriale che la Xenia intraprende da lì in poi nei confronti del colosso Future Media, ma si è scelto di approfondire questo tema nel capitolo 6, ad esso interamente dedicato.

4.3 – K redatta da Edi.Progress: un brand editoriale che cambia volto.

Analizziamo a questo punto cosa è accaduto, nel frattempo, alla *K* post-Studio VIT. Nel gennaio del 1995, mentre la precedente redazione è già al lavoro sul progetto *Zeta*, il nuovo direttore Roy Zinsenheim, il caporedattore Massimo Carboni, ed i suoi nuovi entusiasti quanto inesperti giornalisti hanno appena messo alle spalle il loro primo numero di *K*, ancora una delle riviste più importanti del settore.

Le differenze si notano subito, e l'impressione generale è di un vero e proprio disastro: la grafica peggiora sensibilmente, le news diventano più colorate ma meno chiare e soprattutto con caratteri tanto grandi da far sorgere più di un sospetto su di una spiacevole penuria di testo. Le stesse recensioni, dalle foto e dai box davvero enormi, sono superficiali e composte di un numero davvero striminzito di battute. Se nel primo numero da un lato mancano importanti sezioni quali la posta e l'"Angolo del Tennico", e la rubrica "T'n'T" diventa "Cyber Master", dall'altro fanno la loro comparsa concorsi a tema che si protrarranno nel tempo. A febbraio a riempire le desolate pagine ci pensa una nuova guida per navigare su Internet, questa volta tratta da un libro di

Paul Gilster[22], ed un crescente numero di anteprime, adesso corredate di voto e giudizio. La posta ricompare, adesso gestita da Sylvia, una redattrice fittizia (la cosa però non è mai stata ammessa pubblicamente dalla Edi.Progress, ad ogni modo) “interpretata” a turno da membri della redazione.

Col passare dei numeri la rivista s’ingrandisce, aumenta il corpo del testo, migliorano le recensioni. A cose meglio definite, appare chiara qual è l’idea editoriale celata dietro la nuova *K*: un tentativo di rivista dedicata esclusivamente ai computer, ma per un pubblico di giovanissimi. Proprio mentre *TGM* inizia a rivolgersi a videogiocatori più adulti, e *Zeta* prosegue sulla strada di rivista “d’approfondimento” ancor di più della vecchia *K*, la Edi.Progress cerca di ritagliarsi il suo spazio riferendosi ad una fetta di pubblico potenzialmente scoperta. Non ci è dato di sapere se questa fosse una scelta ponderata dall’editore R.C.S. o soltanto il frutto di casualità e dell’inesperienza dei nuovi redattori, fatto sta che i giovanissimi che preferiscono il PC alle console nel ‘95 sono pochi, e peraltro difficilmente consapevoli al punto da farsi acquirenti di riviste videoludiche in edicola. Ne consegue un brusco calo delle vendite, che porta il giornale a perdere in un solo anno ben i 2/3 di quello che era stato il proprio lettorato[23].

---

[22] Si tratta di Paul Gilster, *Navigare con Internet*, Apogeo, 1994.
[23] http://forumgamesradar.futuregamer.it/.

Anche gli speciali cambiano rotta, e da reportage di qualità giornalistica indiscussa si passa a guide per utenti di PC alle prime armi. Nascono rubriche sui giochi di ruolo e sulla fantascienza proprio mentre gli altri magazine del settore le eliminano (dureranno pochi mesi), ed aumentano esponenzialmente le pagine dedicate alle soluzioni. Tornano i "T'n'T" e quasi contemporaneamente fa la sua comparsa "Jurassic Amiga", spazio dedicato al computer di Commodore oramai quasi del tutto scomparso. Nelle recensioni scompaiono tutti i box aggiuntivi, così come i bollini. Ve ne sono 4 nuovi, in realtà piuttosto ridondanti, che sintetizzano il voto già espresso in millesimi ("Grandioso", "Appassionante", "Noioso", "Terribile").

Con il numero 72 si passa ad un prezzo di 6000 Lire, e con il 74 è allegata la demo del non proprio indimenticabile videogioco Last Dynasty. Anche il numero 75, di agosto, ha una particolarità: è del tutto privo di recensioni, e contiene dalla prima all'ultima pagina solo trucchi e soluzioni. Arriva il 1996 e Massimo Carboni lascia la redazione sostituito da Luca Monticelli nel ruolo di caporedattore. A parte qualche modifica alle rubriche già presenti, e la nascita di una nuova fra esse dedicata ai siti web ritenuti più interessanti, *K* continua il suo percorso senza sussulti. A nulla servono le copertine maggiormente strillate, i giochi ispirati all'eterea

Sylvia prodotti, recensiti, e messi in vendita dalla stessa redazione: l'emorragia di lettori si fa sempre più grave.

La prematura fine di *K* sta però più che altro in alcuni clamorosi errori compiuti nel tentativo di risollevarsi, errori che ne hanno minato pesantemente la credibilità. Ad agosto è in edicola un numero che a modo suo fa parlare molto di sé: le recensioni di Quake e F1GP2, giochi attesi febbrilmente dalla comunità dei videogiocatori, sono sì presentate in largo anticipo sulla concorrenza, ma di certo redatte basandosi su versioni non complete e pubblicate addirittura quando i titoli in questione non sono ancora sugli scaffali. Quella che è una vera e propria finezza però la si può trovare nelle ultime pagine del medesimo numero, contenenti le classifiche dei giochi più venduti in Italia: è agosto e la rivista, redatta a luglio, pubblica una classifica relativa al mese di giugno in cui a primeggiare è proprio Formula 1 Grand Prix 2. È un falso clamoroso ed inspiegabile, visto che il titolo targato Microprose, spesso dato per imminente e poi ritardato, risulterà non essere disponibile nei negozi prima del settembre.

Qualcosa cambia nel '97. Da gennaio si presenta in edicola in due versioni, una delle quali con allegato il "Cover-disk", CD-ROM con soluzioni, demo ed altro. Il prezzo è competitivo, più basso rispetto alla concorrenza, eppure l'iniziativa, probabilmente tardiva rispetto a quanto fatto da

TGM, non raccoglie particolari consensi. L'editore si impegna per far riguadagnare prestigio e credibilità alla testata: torna l'indimenticato corrispondente dall'estero Derek dela Fuente, e, per evitare recensioni improponibili come quelle dell'agosto '96, viene aggiunta una rubrica, "Ultimo minuto", in cui sono trattati in breve ed in attesa di una prova più seria i giochi usciti pochissimo tempo prima della chiusura.

Il tentativo, operato nel biennio successivo, di recuperare quello che era il proprio bacino di utenza ostentando una rinnovata serietà e professionalità, finisce per infrangersi numero dopo numero sull'inesperienza di una redazione apparsa fin dal primo momento impreparata, e su di un mercato che di quella che era la gloriosa rivista dello Studio VIT sembra non sentire più il bisogno. Nei primi mesi del 2000, dopo continui tentativi di risollevarsi, *K* chiude i battenti.

CAPITOLO 5: LA CRISI DELLE RIVISTE ORIZZONTALI DI FINE ANNI ’90. CONSOLE.

5.1 – Super e Mega Console, l’inizio di una terza fase per i periodici videoludici.

Come abbiamo visto nel precedente capitolo persino per quanto riguarda le riviste videoludiche che trattano di computer, per loro natura più propense al multiformato, ci si avvia ad un monopolio di riviste monoformato. Paradossalmente in questo caso non sono le riviste orizzontali a sparire quanto la molteplicità stessa dei formati, nel senso che l’unico computer “da gioco” rimasto, con la scomparsa prima di Atari e poi di Commodore e con la scarsa predisposizione videoludica dei prodotti Apple, è il Personal Computer.

La situazione che invece porta alla prevalenza di testate monoformato per quanto riguarda il versante delle console è radicalmente differente. Abbiamo visto che nei primi anni ’90 questa tipologia di sistema di gioco si mette alle spalle il ridimensionamento della seconda metà degli anni ’80, e vive un nuovo boom, adesso di proporzioni davvero notevoli. Sono quasi soltanto Sega e Nintendo a contendersi il mercato, principalmente con i loro prodotti di punta che sono rispettivamente il Megadrive ed il Super Nintendo (SNES).

Abbiamo già trattato le vicissitudini di *Game Power* e dei primi anni di vita della concorrente *Consolemania*, ma fino ad ora trascurato due delle più complete riviste che siano mai state dedicate alle console, ovvero *Super Console* e *Mega Console*. Come gli accrescitivi suggeriscono, esse sono dedicate rispettivamente alle console Nintendo (e quindi al Super Nintendo su tutte) ed a quelle Sega (e qui il "Mega" si riferisce al Megadrive), il che vuol dire che ci troviamo per la prima volta in Italia di fronte a riviste verticali non dedicate a computer ma a console. Si può considerare questo l'inizio di una terza fase dell'editoria videoludica italiana, che si protrarrà fino alla fine del decennio.

È il febbraio del 1994 quando iniziano le pubblicazioni di *Super Console* e *Mega Console* da parte di Futura Publishing. *SC*, come detto, è dedicata esclusivamente alle console Nintendo del tempo, in altre parole SNES, NES e GameBoy, e possiede i diritti di *Nintendo Magazine System*, una delle riviste più famose nel Regno Unito. *Super Console* nell'editoriale si presenta subito, ai suoi lettori, come imparziale: "I giochi costano", afferma, e dichiara di non volersi tirare indietro nel caso essi meritino stroncature o giudizi poco lusinghieri. *Super Console* parte con l'intenzione di essere la "rivista adulta" tra quelle per console: laddove *CM* e *GP* sono finanche troppo scherzose e d'intrattenimento, la

pubblicazione della Futura ha intenzione di informare con precisione e puntualità.

Della redazione fanno parte, tra gli altri, Marcello Cangialosi, Paolo Cardillo, Simone Crosignani e Diego Cortese, Ivan Fulco, Giuseppe De Riso, Matteo Bittanti, Adriano Avecone, Fabio Massa, poi dopo qualche numero Marco e Fabio Ravetto. Nomi, come si può notare, che in un modo o nell'altro vengono da un po' tutte le esperienze di successo che vi erano state nell'editoria del settore. La grafica molto colorata, simile a quella delle contemporanee *TGM* e *C+VG* ma più aggressiva, non deve trarre in inganno. La nuova rivista ha tutte le carte in regola per riuscire nel suo intento di porsi come adulta guida all'acquisto dei videogiochi, e lo dimostra fin dal principio. La posta va al veterano Bittanti, che come è solito fare introduce rilevanti spunti di riflessione al fine di stimolare la discussione (fino anche a riportare, in nome della sempre amata polemica, gli errori commessi dalla concorrenza). Oltre alle missive dirette al dibattito vero e proprio, a lato compaiono per la prima volta in una rubrica epistolare domande e risposte brevi (solitamente connesse più da vicino al mondo dei videogiochi rispetto alle lettere), che guadagnano nei numeri successivi ai primissimi una rubrica a sé stante dal nome ”Q+A”.

“News network”, le notizie, sono in linea con quelle delle migliori riviste del settore, con al centro le novità sui

giochi in uscita e tutto il resto incolonnato ai fianchi. Seguono le “Preview”, riportanti anche l’approssimativa data d’uscita del titolo cui si riferisce l’anteprima e qualche box esplicativo, poi le “Review”. Quasi tutte dedicate al SNES, sono diverse rispetto a quanto non si fosse visto fino a quel momento sulle riviste del settore. Dopo una sorta di introduzione al gioco, esse consistono in più commenti affidati ai vari redattori, integrati da box dedicati agli aspetti più vari e da un giudizio finale con globale in centesimi, accompagnato da valutazioni simili su “Grafica”, “Sonoro”, “Giocabilità” e “Longevità”. Più canoniche risultano essere le pagine dedicate ai trucchi, numerose, ed i vari occasionali speciali che fanno la comparsa di volta in volta, come quello sulle software house riguardante la loro storia e i principali titoli prodotti, oppure sui giochi di culto (Street Fighter 2 è in questo periodo una vera e propria mania) o su novità tecniche (Quali ad esempio il chip SuperFX progettato per migliorare le performance 3D del SNES, o anche la nuova console che Nintendo ha in progettazione). Ulteriore prova di quanto il giornale ci tenga a dare un parere il più completo possibile su ogni videogame recensito, dal numero 4 è introdotta una tabella finale col voto in decimi di ciascun membro della redazione su ogni gioco recensito nel numero.

Dal numero 12, del febbraio ‘95, aumenta il prezzo di copertina, con Bittanti che spiega quanto la cosa sia necessaria

per rendere la rivista il più possibile lungi da un “magalog” (ovvero magazine/catalogo straripante di pubblicità). Nel corso del secondo anno di vita *SC* migliora sotto tutti gli aspetti, a partire da quello grafico con fondini più azzeccati che ne rendono la lettura più agevole. Le recensioni diventano più complete, con un maggior numero di pagine a loro disposizione, e la stessa utenza si mostra continuamente in fermento, discutendo nella posta come dovrebbe essere la rivista del settore ideale. È interessante a tal proposito una lettera nel numero 14, in cui un lettore suggerisce di eliminare i voti, colpevoli a suo dire di svilire il carattere di unicità di ciascun gioco. Bittanti è d’accordo, e sottolinea come gli stessi onnipresenti voti delle recensioni videoludiche non siano invece prassi troppo diffusa in quelle musicali e cinematografiche (nella maggior parte dei casi, almeno). MBF ironizza su come molte recensioni in Italia (soprattutto su *Consolemania*, probabilmente) adempiano il compito per il quale sono redatte: del tutto prive di contenuti attinenti al titolo analizzato o incentrate su racconti al limite del personale del redattore di turno. “Il recensore che parla di tutto fuorché del gioco ha riconosciuto l’assoluta inutilità del suo compito, […] giacché se l’unica cosa che conta del suo pezzo è il pagellino finale, tanto vale concentrarsi il meno possibile su tutto il resto della recensione.”. Inoltre fa giustamente notare come proprio da giudizi senza voti sia ad ogni modo partito il

giornalismo videoludico in Italia, visto che nell'83, su *Videogiochi*, questa era la prassi.

È un periodo molto particolare e confuso per l'utenza delle console, con il Saturn della Sega così come la PSX della Sony ed il nuovo progetto Nintendo[24] in dirittura d'arrivo anche in Europa, e *Super Console* è un po' specchio di questa situazione, nel suo tentativo di porsi come guida all'eventuale acquisto di un nuovo sistema di gioco. Numerosi sono, infatti, gli speciali sulle suddette console di nuova generazione, fino addirittura dal numero 16 in poi ad arrivare ad una suddivisione delle news in base al sistema di riferimento: "Speciale Ultra64", "PSX Fan" e "3DO Gallery" iniziano ad accompagnare le canoniche novità relative alla Nintendo. È un approccio alla nuova situazione venutasi a creare che sposta sensibilmente la testata da monoformato a multiformato, stato transitorio in vista di qualcosa che poi sarebbe avvenuto da lì a qualche mese, ossia la messa in atto della decisione radicale di non trattare più le console Nintendo ma soltanto la PlayStation di Sony. Con la Nintendo svantaggiata nella lotta alla supremazia fra i nuovi sistemi (il suo Project Reality diventato

[24] Sono in effetti le principali tre console della cosiddetta "prima generazione". In realtà è noto che macchine da gioco simili (sebbene enormemente meno potenti) fossero già in commercio dagli anni '80, ma la diffusione di massa del videogame è avvenuta proprio in concomitanza dell'uscita di Nintendo64, Saturn e PlayStation. La sua causa scatenante è da molti ritenuta proprio quest'ultima console, la cui diffusione è stata straordinaria.

Ultra64 e poi Nintendo64 subisce ritardi nell’uscita che si accumulano fino a dare un vantaggio di ben un anno ai diretti concorrenti), la scelta di *Super Console* appare certamente molto furba se non addirittura obbligata. Dal giugno del 1996 *Super Console* diventa quindi *Super PlayStation Console* (successivamente assumerà il nome *Super Console 100% PlayStation*), prima rivista monoformato in Italia a trattare esclusivamente titoli per la PSX. È il periodo di massimo splendore della rivista, sia qualitativo che commerciale. Ad arricchire le numerosissime e complete Preview e Review, le rubriche di *SPC* diventano più complete e numerose rispetto al passato. A “Playground”, la posta, segue “PlayFAQ” con le risposte ai quesiti più ricorrenti da parte dei lettori. “Playworld” è l’insieme delle news concernenti il mondo PlayStation, “Big in Japan” è una panoramica totale su ciò che accade nel paese del Sol Levante, “Outer Worlds” una rubrica dedicata a tutto ciò che non è PlayStation, “Playnet” tratta il mondo dell'on-line gaming, “Retrogaming” si occupa di retrospettive sul mondo dei videogiochi, “Game Development” tratta di volta in volta aspetti differenti dello sviluppo di un titolo, “Game Design Diary” è il diario di sviluppo di un nuovo videogame, “Supertrix” la consueta e nutrita rubrica di trucchi, “MBF Today” la rubrica d’approfondimento di Matteo Bittanti (ha lasciato intanto la posta a Marcello Cangialosi), ed infine “Primo Piede” è il

canonico mercatino dell’usato. Insomma, è il ’96 e la rivista presenta tutte le caratteristiche di una rivista di successo, è ben scritta, e sempre aggiornata. *SPC* è in costante contatto con il lettorato, si evolve con esso, segue il mercato. Si pensi che Metal Gear Solid, gioco attesissimo (si rivelerà in effetti un capolavoro nonché un successo mondiale) colpevolmente trascurato dalle altre riviste del settore, diviene protagonista sulla rivista Futura di ben tre speciali, e questo a riprova di una competenza che va ben al di là della semplice intuizione o attenzione.

Il magazine va avanti fino all’uscita della PlayStation2, poi, a causa di pessime scelte editoriali, entra in profonda crisi. Quando nel 2000 il mercato di riviste per sistemi Sony si satura *SPC* non è sostenuta quanto dovrebbe da chi fa sì che esca in edicola, e viene schiacciata da una concorrenza dalle spalle più forti. La stessa sorte tocca pochi mesi prima a *Mega Console.*

Parlare di *MC* potrebbe risultare superfluo, in quanto, ad eccezione ovviamente delle console trattate, è in tutto e per tutto simile alla sua rivista gemella. Basti dire che anch’essa si rinnova nel giugno del ’96, abbandonando la natura verticale per trattare non più solo le console Sega ma anche quelle prodotte dalla Nintendo.

5.2 – La prima rivista ufficiale in Italia: UPM.

Continuiamo la nostra panoramica con una rivista dal successo ancor maggiore. Nel settembre del 1996, mentre *Game Power* è in profonda crisi di vendite e *Consolemania* si contende la supremazia del settore con *Super PlayStation Console*, Il Mio Castello inizia a pubblicare una nuova rivista che presto conseguirà notevole successo, ossia *Ufficiale PlayStation Magazine*. Rivista pubblicata nei principali stati europei, *UPM* è la prima testata "ufficiale" ad essere pubblicata nel nostro paese. "Ufficiale", c'è da dire, perché pubblicata in compartecipazione con la stessa Sony, ed in quanto esclusivista della pubblicazione di notizie in anteprima riguardati i prodotti targati Sony. L'editore Il Mio Castello, sempre più nell'orbita della multinazionale Future Media (che detiene i diritti di *UPM*), affida la nuova testata, dalle notevoli potenzialità commerciali, al rodato Studio VIT. Il team di Albini e Rossetti, dopo un paio di mesi a cavallo tra la nuova rivista e quella *Zeta* cui come abbiamo precedente visto tanto si era dedicato l'anno prima, decide di gettarsi del tutto nella nuova avventura, e cede in gestione la propria precedente rivista ad Il Mio Castello.

Con a capo della redazione quel Giorgio Baratto che aveva diretto anche *Zzap!* in passato, come si può immaginare la quasi totalità dei giornalisti impegnata in *UPM* proviene da

Zeta. La grafica del nuovo giornale, con CD allegato e dalla elegante costina rigida fin dal primo numero, è solo in parte mutuata dalle controparti estere, e lascia trasparire quello stile che ha sempre contraddistinto lo Studio VIT: minimale, con fondini bianchi, e foto davvero ben fatte.

Una rivista ufficiale non può presentare particolari sperimentazioni, ed in effetti il magazine in questione non ha mai brillato per l'originalità delle soluzioni editoriali. Dopo l'editoriale presenta le canoniche news con voci di corridoio/in breve incolonnate a lato, poi un panorama dedicato alle versioni straniere di *UPM* e una rubrica relativa alle novità provenienti dal paese del Sol Levante. Seguono pagine dedicate ai giochi raccomandati, ai Platinum (ovvero bestseller che, superato un livello prefissato di vendite, sono riproposti in versione budget), ed a tutto ciò per PSX che ha trovato posto sugli scaffali dei negozi prima dell'arrivo in edicola della rivista. Più avanti trovano finalmente posto le anteprime ("Pre-play"), le interviste ai programmatori, a giocatori celebri (come ad esempio al gruppo musicale inglese dei Massive Attack), e speciali piuttosto di parte come ad esempio quello sul cosiddetto "controllo di qualità Sony". A seguire la "Playposta" di Mattia "Zave" Ravanelli, particolarmente incentrata sui giochi e sulla console, che risulta essere sottotono rispetto alle rubriche epistolari di grande interesse da sempre caratterizzanti le produzioni dello Studio VIT. Subito

dopo è il turno delle recensioni: la scala utilizzata nei giudizi va da 1 a 10, con un eventuale bollino per i capolavori assoluti ed un trafiletto con sunto di giudizio e voti per “Grafica”, “Sonoro”, “Longevità”, “Presentazione” ed “Originalità”. Le foto come detto sono molto grandi e corredate di didascalie, ed inoltre sono riportati i giochi simili al titolo recensito con relativo giudizio. Chiudono la rivista un risicato numero di pagine dedicate alle “Gabole” (i trucchi, che in effetti poco sembrano addirsi ad una pubblicazione ufficiale, sono trattati dal medesimo editore di *UPM* in una rivista ad essi principalmente dedicata, *PlayStation Power*) ed una descrizione del CD allegato, contenente mediamente tre/quattro demo.

Dopo un anno, peraltro piuttosto fortunato in termini di vendite, Albini e Rossetti rompono il sodalizio con Il Mio Castello, e, dopo aver ripreso le redini di *Zeta* a settembre, nel dicembre del 1997 lasciano sia *Ufficiale PlayStation Magazine* che *PlayStation Power*. Il distacco non è indolore per lo Studio VIT, infatti la maggior parte dei redattori che di esso facevano parte fin dai tempi dei primissimi numeri di *K* se ne allontanano, rimanendo legati ad Il Mio Castello. È ad essi che viene affidata la già citata *Giochi per il Mio Computer* nel maggio ‘97, così come è loro il compito di redigere *UPM* a partire dal gennaio del 1998.

L’impostazione contenutistica generale così come l’aspetto grafico restano grossomodo i medesimi, eccezion fatta per una maggiore attenzione dedicata alle notizie estere. La stessa rubrica postale, passata ad Antonio Loglisci, non differisce da quella della gestione precedente. I rapporti della “nuova” redazione con la Sony si stringono ancor di più, e, a causa di un ciclo vitale della PSX che ha intrapreso la parabola discendente, i piani della casa giapponese per il futuro sono illustrati con una certa frequenza.

UPM concluderà le pubblicazioni sul finire nel 2003 mantenendo la sua struttura pressoché invariata negli anni. È sempre stata una rivista vincente, a lungo anche la più venduta in Italia, forte soprattutto del numero di piattaforme PSX installate nel nostro paese. La stessa sua fine è avvenuta non per fallimento editoriale, quanto per una sorta di naturale passaggio del testimone a *Ufficiale PlayStation2 Magazine*, giornale dedicato alla console della generazione successiva rispetto alla PSX.

È interessante osservare il notevole successo di vendite che le pubblicazioni ufficiali ottengono sul finire degli anni novanta. “Se una rivista non è onesta nei voti perde lettori”, scrive Baratto sul primo numero di *UPM*, ed in effetti la sua tesi è convincente: seppure nel suo essere così da vicino seguito da Sony è naturale che la rivista in questione non possa stroncare titoli con troppa disinvoltura, essa si guadagna

la stima del lettorato col tempo e con una certa serenità dei giudizi. C'è inoltre da dire che un magazine ufficiale è di certo il primo giornale che salta all'occhio in edicola, ed è molto più probabile che un lettore occasionale lo scelga sugli altri, anche in virtù delle demo dei giochi presenti nel CD allegato in esclusiva assoluta.

5.3 – Il boom della Sony PlayStation.

Come abbiamo detto, soprattutto a partire dal 1996 la presenza della Sony PlayStation (o PSX) nelle case degli italiani si diffonde a macchia d'olio. È una rivoluzione che non ha a che vedere soltanto con le riviste di videogiochi, è un mutamento nel modo di pensare di una nazione intera. Il videogame non solo non appare più come un passatempo da ragazzi disinseriti nella normale socialità, ma esso è elevato addirittura a media, a fenomeno culturale di massa.

In un clima del genere è naturale che le riviste incrementino cospicuamente le vendite, e che molte di esse nascano dal nulla per sfruttare il trend del momento. Si pensi ad Il Mio Castello editore: in un segmento di mercato occupato (con le dovute differenziazioni) già da quattro testate, tra cui anche una propria, nel dicembre del 1996 va in edicola con un ulteriore giornale dedicata alla console Sony,

PlayStation Power, come già detto anch'esso affidato allo Studio VIT. Non particolarmente significativa, è una rivista in verità nata un po' per speculare, con una foliazione al di sotto delle cento pagine mensili, del tutto tradotta dall'ennesima rivista britannica nonché straripante di trucchi e soluzioni. Le pubblicazioni perdurano fino all'aprile del 1999, con una fase finale in cui si dedica totalmente a trucchi e soluzioni.

5.4 – La contesa PSM, un marchio di successo.

Non solo nuove riviste curate dai soliti noti, ad ogni modo. La PlayPress Publishing di Roma, già conosciuta per le sue pubblicazioni fumettistiche di successo, nell'aprile del 1998 va in edicola con *PlayStation Magazine*, meglio conosciuta come *PSM*, rivista indipendente dedicata totalmente alla PSX.

C'è da dire che non si tratta del tutto di un'idea di PlayPress, bensì di un brand statunitense affidato lei da Future Media, che per la pubblicazione di una sua rivista in Italia questa volta non si serve de Il Mio Castello. Una rivista in parte tradotta, quindi, ma resta il non trascurabile fatto che mai, fino ad essa, un giornale italiano di questo tipo era nato altrove che a Milano. Coordinata da Alessandro Ferri e Luca

Carta, infatti, una redazione italiana è affiancata a quelle statunitensi e giapponesi.

La rivista si presenta come “indipendente ed imparziale”, allo scopo probabilmente di volersi differenziare dall’ufficiale e “partigiana” *UPM*. Mutuando un’impostazione contenutistica e grafica già avviata da un anno sulla corrispettiva statunitense, *PSM* appare molto completa fin dal primo numero. Il suo aspetto risulta accattivante, con notevoli copertine a fumetti disegnate da titolati artisti d’oltreoceano, ed un’impaginazione chiara e definita sebbene molto colorata e tipicamente da “rivista per console”. I contenuti sono quelli di sempre, ma ben amalgamati e dal taglio “giovanile” molto marcato e funzionale. *PSM* inizia con la presentazione del team redazionale: una pagina di foto e descrizioni della redazione italiana ma anche dei principali redattori esteri. È il momento delle news che, generaliste, trattano ogni tipo di argomento, dall’hardware al merchandising relativo ai giochi passando per il cinema e l’economia. Segue una pagina di “Gossip”, voci non confermate ufficialmente ma che circolano nell’”ambiente”, e dopo la rubrica “Made in Japan”, contraddistinta da un personaggio a fumetti che appare in continuazione (Chibi), riguardante le ultime uscite in Giappone e la cultura nipponica più in generale. Dopo qualche spiegazione sulla scala di valutazione (in decimi) e sui vari generi di videogame presi in considerazione, è il momento

delle recensioni. Queste risultano essere piuttosto brevi, trafiletti con al massimo una foto riguardante ciascuno di essi, e con un giudizio sintetico per il globale così come per "Grafica", "Musica", "Idea" e "Longevità". A seguire "Flashback", rubrica che confronta le vecchie uscite per PlayStation con le produzioni più recenti, e poi le anteprime, ciascuna grande anche più di due pagine e con foto di dimensioni notevoli. Soluzioni, trucchi, strategie e codici trovano spazio immediatamente dopo, ed il numero di pagine ad essi dedicato è davvero enorme. Segue la posta, che presenta anche una striscia con gli indirizzi dei mittenti delle lettere per eventuali contatti, ed un box d'approfondimento accanto ad uno con un fumetto/fotomontaggio demenziale ad opera della redazione. Col passare dei numeri tende però a perdere queste sue peculiarità, e sia la striscia con gli indirizzi che i due box scompaiono, lasciando spazio ai disegni dei lettori. A chiudere la rivista in un primo momento l'interessante rubrica "Scanner", unica oasi d'approfondimento e riflessione su *PSM*, poi sostituita dalle canoniche pagine dedicate al mercatino dell'usato. Lecita qualche piccola variazione in corso d'opera, ed infatti in ultimo si aggiungono dopo qualche numero le rubriche "Checkpoint", che elenca le date d'uscita dei titoli in arrivo, ed una con i record dei lettori accompagnati dalle loro foto.

Come risulta evidente dalle rubriche che compongono la rivista, dallo stile a fumetti che pervade un po' tutta la pubblicazione, dallo stesso modo di scrivere dei vari redattori, *PSM* sceglie consapevolmente e con arguzia un pubblico di ragazzi la cui fascia d'età è più giovane rispetto a quella trattata dalla concorrenza. *Super PlayStation Console* è certamente una rivista più adulta, e si pone in modo simile, dato il suo tono meno informale, anche *Ufficiale PlayStation Magazine*. *PlayStation Power* e *Consolemania* hanno probabilmente uno stile più vicino a quello di *PSM*, ma la prima è troppo mutevole per azzardare un confronto (la ricerca di pubblico la porta a rinnovarsi spessissimo nel suo non lungo periodo di pubblicazione), e la seconda si sta inesorabilmente allontanando dalle sue origini e dal lettorato tradizionale, intraprendendo una strada che analizzeremo nel dettaglio più avanti.

La politica promozionale di PlayPress è molto aggressiva, e *PlayStation Magazine* va in edicola ogni mese con dei gadget che ne invogliano all'acquisto: fascicoletti supplementari di trucchi e guide, poster e simili sono costantemente allegati. Intorno al magazine comincia a crearsi un pubblico molto fedele ed affezionato.

Arriva settembre e cambiano le recensioni: un corpo maggiore di caratteri, contenuti sicuramente più esaustivi, inoltre un differente sistema di giudizio, per il quale punteggi

da uno a cinque sono attribuiti a “Grafica”, “Sonoro”, “Controllo”, “Innovazione”, “Presentazione” e “Globale”, mentre la longevità è rappresentata da una curva identica a quella che utilizzava anni prima *K*. Infine, oltre ad un brevissimo commento finale al gioco, prima mancante, sono aggiunti anche un sunto degli aspetti positivi e negativi del titolo ed un box esplicativo sul modo in cui il gioco richiede di utilizzare il controller.

Nel gennaio ‘99 la PlayPress lancia il sito ed il merchandising ufficiale di *PSM*. Il numero di pagine aumenta sebbene il prezzo di copertina non subisca variazioni, e molte di esse vengono dedicate all’ormai imponente sezione dei trucchi. Gli speciali, lacuna abbastanza vistosa nel primo anno di vita della rivista, iniziano man mano a fare capolino. A marzo vengono sondate a fondo le varie case produttrici di software per PlayStation, e dal mese dopo iniziano costanti approfondimenti riguardanti le “mitologie” di giochi cult come Final Fantasy o Winning Eleven. Col passare dei mesi nuovi arrivati come Diego Malara e Patrizio Sotgiu iniziano a rinforzare la redazione italiana, al punto da permetterle di cominciare ad inviare dei propri elementi all’estero (ad esempio per manifestazioni come l’E3 o il Tokyo Game Show) mostrando una certa indipendenza dall’editore straniero.

Arriva il 2000, ed il secolo entrante porta con sé la nuova console di Sony: è febbre per la PlayStation2. La nuova macchina da gioco è oggetto di continue lodi da parte di *PSM*, che consapevolmente o meno contribuisce a creare un clima d'attesa spasmodica intorno ad essa. Alla PS2 viene presto dedicata una sezione speciale dedicata alle anteprime, che in seguito poi, a partire dalla commercializzazione in Italia della console, inizierà ad ospitare anche delle prime recensioni. Sul finire dell'anno scompare la rubrica "Forum", unico box di riflessione e approfondimento dell'intero giornale, la quale in precedenza trovava sistemazione all'interno della posta.

Nel corso dei primi mesi del 2001 cambia la grafica, più futuristica ed affascinante per quanto in coerenza con la precedente, e contemporaneamente il personaggio a fumetto giapponese cambia colore di capelli e nome (da Chibi a Kibi). Due cose solo apparentemente d'importanza secondaria: grafica e fumetto sono di proprietà della Future, e la PlayPress se ne sta a poco a poco allontanando. Passano pochi mesi, e sul numero 37 dell'aprile 2001 l'annuncio di Ferri nell'editoriale: "Era da mesi che tutti noi discutevamo sull'ipotesi di un rinnovamento di *PSM*, e cosa c'è di più rivoluzionario di un nuovo titolo? Dopo tre anni passati sotto un marchio sempre uguale era assolutamente necessario rinnovare quelle tre lettere...". In realtà non si tratta né di una scelta PlayPress né di un semplice vezzo di rinnovamento,

come Ferri vorrebbe far credere. Il repentino cambio di testata si deve alla perdita dei diritti sulla *PSM* americana da parte della casa editrice capitolina, la quale decide comunque di portare avanti la rivista con la stessa redazione ma un nome differente: nasce *PSMania2.0*, rivista per sentenza di un tribunale del tutto distaccata da *PSM* (addirittura viene stabilito che non può proseguirne la numerazione).

Nel frattempo, assorbito definitivamente Il Mio Castello editore, nasce Future Media Italy, distaccamento italiano dell'editore internazionale Future Media. È quindi dal 2001 questa ad assicurare in edicola la presenza del marchio *PSM*, fornendo l'affermata testata di una nuova redazione, composta da rinomate figure del settore: con a capo il veterano di *K* Antonio Loglisci, sono Andrea Maderna, Yuri Abietti, Marco Calcaterra, Luca Chichizola, Gianluca Loggia e Primoz Skulj i volti noti che curano le pagine della nuova *PlayStation Magazine*.

La rivista del periodo immediatamente successivo al cambio di redazione resta pressoché la stessa, con il fumetto/mascotte giapponese originale e l'angolo "Forum" dei lettori che tornano a trovare spazio. Appare forse agli inizi una certa mancanza d'amalgama, dovuta probabilmente all'integrazione della parte prodotta all'estero e tradotta con quella fatta ex novo dalla redazione italiana, ma questo non influenza per nulla le vendite, che anzi proseguono

ottimamente al punto da poter permettere all’editore un aumento del numero totale di pagine.

Lo stile delle recensioni è lo stesso che in precedenza, la scelta editoriale è in ogni caso quella di mantenere un tono molto leggero, come del resto confermano le pagine autoironiche sul lavoro redazionale introdotte a fine rivista. Novità più di rilievo ad ogni modo non tardano ad arrivare: è istituita la rubrica “PSM clinica”, sulle periferiche hardware per console, così come una pagina riguardante il cinema su DVD, una sui fumetti, una ancora sui giochi migliori usciti su altre console (“Mica Solo PlayStation”, cioè MSP, il contrario di PSM) , una sezione sui giochi Platinum ed ancora lo spazio “USA Today” riguardante le ultime news dagli Stati Uniti. Se il 2001 si chiude con uno speciale sui migliori titoli mai usciti per PSX, l’anno successivo si apre con una panoramica (che passa anche attraverso interviste agli sviluppatori) su ciò che verrà pubblicato da lì a qualche tempo per PS2. Oramai la rivista è per PS2, ed in Italia la console si è diffusa ampiamente. Il prezzo aumenta, complice anche il cambio di moneta, ma il numero di pagine va di pari passo. Le recensioni diventano più grandi, spesso di almeno due pagine, e news ed anteprime diventano le colonne portanti del giornale.

La rivista negli anni a venire, pur rimanendo generalmente apprezzata e di successo, riceve comunque

numerose critiche dal lettorato più fedele[25]. Principali bersagli delle disapprovazioni sono le rubriche "Japan Press" e "USA Today", non di rado apostrofate come poco utili o eccessivamente prolisse. Le anteprime iniziano ad essere spesso tante e tanto grandi da correre di continuo il rischio di ripetersi, ed anche nelle recensioni c'è qualcosa che non va: poco critiche e dai voti livellati verso l'altro, sono ritenute spesso dai lettori come carenti della dovuta obbiettività. A tutto questo si aggiunge che il linguaggio usato oramai si attesta su toni spesso anche ampiamente al di sotto del "colloquiale". "Si può essere divertenti e rispettabili allo stesso tempo utilizzando anche un linguaggio un po' più maturo", scrive un lettore di PSM su it.fan.studio-vit, "certi articoli o certe didascalie che accompagnano le foto mi fanno cadere letteralmente le braccia…".

Nel 2004 *PSM* inserisce sotto la testata la dicitura "PlayStation2 Magazine", e con un euro in più regala un DVD di filmati dei giochi in uscita. Contenutisticamente cambia in modo poco comprensibile: se la sparizione dei trucchi può avere un senso, data la loro facilissima reperibilità su Internet, non si spiega il perché della scomparsa degli speciali, o della totale sparizione delle rubriche in favore di voci riguardanti le nuove console Sony (PlayStation Portable e PlayStation3) la

---

[25] http://it-fan-studio-vit.5minutidi.notizie.newsgroup.alice.it/.

cui uscita sarebbe avvenuta anni dopo. Ad ogni modo *PSM* continua le pubblicazioni anche ora ed il suo successo di pubblico resta immutato.

5.5 – Chiude Consolemania, l’ultima multiformato per console.

Passando agli ultimi anni di pubblicazione della rivista Xenia *Consolemania*, ci ritroviamo di fronte ad un ultimo lampante esempio non solo del declino delle multiformato italiane per console (in effetti *Consolemania* è sopravvissuta ben oltre le altre testate simili), ma anche di come un magazine dedicato ai videogiochi possa con il tempo perdere di vista il proprio bacino di lettura.

Se fino al biennio ‘96/’97, periodo di massima espansione della Xenia, la suddetta rivista va tranquillamente avanti confortata dalle vendite, negli anni successivi qualcosa inizia a non andare più nel verso giusto. Al contrario di *PSM* ed *UPM* che si attestano intorno alla ragguardevole cifra di 80 mila copie vendute al mese[26], *CM* si ritrova a vendere meno di *SPC*, giornale che, data la sua particolare impostazione, non è eccessivo definire di nicchia.

---

[26] http://it-fan-studio-vit.5minutidi.notizie.newsgroup.alice.it/, cit.

È un affezionato lettore sul sempre interessante it.fan.studio-vit a fotografare bene le ragioni della crisi della testata Xenia: “L'impostazione di *CM* è così spensierata ed infantile perché il target scelto dalla redazione è quello degli adolescenti e dei bambini? È una scelta consapevole? […] Alle recensioni manca il contenuto vero e proprio […]: se a *CM* venissero tolti i voti non resterebbe praticamente nulla su cui giudicare i titoli. Senza contare che la votazione è un altro punto dolente. Hanno una forbice che va da 0 a 100, perché non usarla? Perché voti tanto alti? […] Perché fiere ed eventi importanti come il Tokyo Game Show sono del tutto trascurate? […] Devo purtroppo aggiungere che abbondano le sviste: news dal contenuto carente ed incerto, “scoop” in esclusiva già trattati da *SPC* mesi prima, strafalcioni linguistici di ogni genere (rimarchevole l’uso smodato del verbo “redarre”). Insomma un feeling complessivo di una rivista messa insieme nei ritagli di tempo da gente neanche troppo competente.”. È di Mirko Marangon, storico redattore di *Consolemania*, la risposta: “Credo che il target sia rimasto lo stesso: ho avuto sempre l'impressione che siamo letti da adolescenti o comunque ragazzini fra i 12 e i 16 anni. A volte alcuni titoli effettivamente meriterebbero un maggiore approfondimento, ma tieni conto che quando parli per la milionesima volta di un qualcosa non puoi finire col dire sempre le stesse cose. Divaghiamo molto, è vero, ma al

pubblico di *CM* la cosa piace. Il pubblico in questione non è lo stesso dei newsgroup come quello in cui stiamo scrivendo io e te, siamo ben diversi da *SPC* ed è un bene che sia così, non avrebbe senso cambiare completamente rotta. *CM* è fatta così ed è giusto che non tenti di emulare la concorrenza, si chiama posizionamento/segmentazione. Per quanto riguarda la questione dei voti alti, poi, basta entrare nell'ottica della nostra scala di valutazione: se un gioco prende 80% ti renderai benissimo conto che non riteniamo valga la pena comprarlo. Ad ogni modo Alex, il caporedattore, deciderà se è il caso o meno di ridimensionare il sistema di valutazione. Insomma, ci sono dei problemi ed è innegabile, però dobbiamo cercare di risolverli gradualmente, senza sconvolgere quello che è la rivista. La mia personale impressione è comunque che il multiformato, forse, abbia fatto il suo tempo.".

Marangon ha ragione su molti punti ma, come del resto anche il suo editore, non si è reso conto che il pubblico rimasto a leggere *CM* non sono i ragazzi di 12/16 anni, quanto gli affezionati lettori dell'epoca d'oro della rivista, oramai cresciuti. Del resto i nuovi giovanissimi videogiocatori, introdotti ai videogame semmai direttamente da console quali la PSX, sono perlopiù saltuari lettori delle testate monoformato.

La situazione, dato il notevole calo delle vendite, è lo stesso destinata ad essere affrontata dalla Xenia in modo

radicale. Nel 2000 iniziano trasformazioni di notevole rilevanza, che portano in un paio d'anni la rivista a cambiare del tutto impostazione. Con Marco Auletta caporedattore al posto di Alex Rossetto, lasciano Stefano Giorgi, Andrea Fattori, e Paolo Besser, sostituiti dai vari Nichini, Tosini e Porcellini già attivi sulle pagine di *TGM*. Cambiano testata e grafica, entrambe adesso più seriose e semplici. In generale è il tono della rivista ad essere diverso: le recensioni sono più lunghe, serie, professionali, approfondite. La struttura interna della rivista è un taglio netto rispetto al passato di *CM*: dopo le numerose pagine di "Anteprimania", delle news adesso accorpate, trovano posto direttamente le recensioni, con titoli per PlayStation2 e X-Box che la fanno da padroni. All'interno di esse sono aggiunti i box "Primo Impatto" e "Potendo Scegliere" (sunto dei titoli simili a quello analizzato), nonché un commento riassuntivo prima assente. Seguono le anteprime, a cui sono dedicate meno pagine rispetto al passato, la brevissima rubrica "Cheatmania" dedicata ai trucchi (come già detto oramai è tempo di Internet, non ha senso dar loro troppo spazio). Resta il "Facce ride…", angolo comico curato da Raffaele Sogni, e scompaiono le rubriche su giochi di ruolo ed il "TGMcorner". Dal numero 122 dell'ottobre 2002 inoltre i voti passano da centesimi a decimi, anche in virtù di un tentativo, finalmente intrapreso, di ridimensionare punteggi divenuti davvero troppo alti.

Un sondaggio proposto nel 2001 non sortisce effetti se non nel febbraio 2003: avvengono lievi cambiamenti grafici, le news guadagnano in fatto di completezza, ed è aggiunta una nuova rubrica ("Openspace") su DVD, multimedia, musica, cinema e libri. Successivamente, oltre ad un numero maggiore di pagine dedicate ai codici (in contraddizione in effetti con la decisione di pochi mesi prima di ridurle), sempre in virtù del suddetto sondaggio, è introdotto l'angolo di approfondimento "Adesso che ci penso", nel quale due redattori parlano di argomenti "intimisti". Da posta dei Bovas, si potrebbe dire. La rubrica epistolare, tanto per rimanere in tema, è ora condotta nuovamente da un duo, Davide Comunello e Luca Todesco, e viene impostata come "rubrica di futile anticultura redazionale". È più che altro pregna di sottocultura "universitaria", di moderna concezione e differente da ciò che propongono al contempo le altre riviste del settore. Un'originalità che può non trovare riscontri, e la reazione del lettorato in effetti non è delle più entusiastiche, al punto che l'esperimento si conclude dopo pochi mesi. "Vanno via i due piccoli tesisti egocentrici che hanno ulteriormente peggiorato la posta", scrive qualcuno.

Nel marzo 2003 sono aggiunte la rubrica "Gli irresponsabili", in pratica due pagine che parlano dei redattori che hanno curato il numero in questione, e due pagine di recensioni hardware (senza voti, soltanto descrizioni/giudizi

con sottolineature di pro e contro), mentre nel giugno 2003 (numero 130) è aggiunto il “GameBoy corner”, con le sue 4 pagine dedicate al GameBoy Advance. Dal 133 fa la sua comparsa uno spazio dedicato agli anime, ed “Adesso che ci penso” si apre anche ai lettori del forum di *Tgmonline*.

Per quanto la redazione e l’editore si sforzino di migliorare il prodotto in ogni modo possibile, però, la situazione in fatto di vendite non cambia. A partire dal numero di luglio/agosto 2004 (il 142) l’ultimo tentativo di risolvere in qualche modo una situazione apparentemente compromessa è una drastica svolta: da multipiattaforma *Consolemania* inizia a dedicarsi soltanto alla PlayStation2, ed il prezzo di copertina viene notevolmente ridimensionato.

Le modifiche in fatto di struttura sono davvero minime, semplicemente vengono aggiunte le rubriche “Retro” (un po’ di storia videoludica) e “On-line” (su PS2 e multiplayer). Se la posta si può considerare lo specchio della situazione interna ad una rivista, allora il cambiamento deve in effetti aver sortito effetti non propriamente positivi. Lettere di protesta da parte dello zoccolo duro che si sente tradito, un Porcellini (il nuovo curatore della rubrica) che spiega chiaramente come il cambiamento tutto sia volto semplicemente alla sopravvivenza della rivista stessa, insomma chiari sintomi di qualcosa che non va come dovrebbe.

Nel dicembre del 2004 la grafica cambia ancora una volta, ma il nuovo esperimento non dura a lungo: con l’acquisizione della Xenia da parte della più pragmatica Future Media Italy la testata si avvia alla chiusura, che avviene con il numero 154 del settembre 2005. Si conclude con essa un capitolo sorprendentemente lungo all’interno dell’editoria videoludica italiana.

CAPITOLO 6: GMC E TGM. UN MERCATO CHE CAMBIA.

6.1 – Giochi per Il Mio Computer diventa la prima rivista di videogiochi in Italia.

Merita un capitolo a sé stante la trattazione del rapporto di concorrenza venutosi a creare fra *The Games Machine* e *Giochi per il Mio Computer* sul finire degli anni ’90, protrattosi fino ad oggi. Ad esso si devono alcuni fondamentali cambiamenti nell’approccio al mercato da parte delle riviste videoludiche, cambiamenti dovuti al continuo “rilanciare” di novità e trovate editoriali che le due riviste in questione, alla ricerca della supremazia in termini di vendite dell’una sull’altra, hanno a lungo portato avanti.

Giochi per Il Mio Computer (*GMC*), più volte citata fino a questo punto, nasce nel maggio del 1997, pubblicata da Il Mio Castello. Con alle spalle le cocenti e recentissime delusioni dovute alla prima fallimentare gestione del progetto *Zeta*, e freschi come abbiamo già visto della nuova esperienza editoriale di *Ufficiale PlayStation Magazine*, nella primavera del ’97 Andrea Minini Saldini e Paolo Paglianti si ritrovarono per la prima volta lontani dallo Studio VIT e con una rivista da mettere in piedi partendo pressoché da zero. Il prodotto, dedicato interamente al mondo dei PC, appare

immediatamente originale e ben confezionato: la prima copertina è dedicata ai giochi di guida in generale, cosa piuttosto insolita, e c'è subito un CD-ROM allegato.

Dopo un periodo vissuto negli stessi uffici dei giornalisti de *Il Mio Cavallo*[27], alla redazione di *GMC* viene assegnato un edificio proprio. Con il passare dei numeri la rivista assume una sua fisionomia, così come la sua redazione: Saldini diviene "Assistant Publisher" e Paglianti diviene "Assistant Editor". In breve tempo la maggioranza dei redattori che lavoravano per lo Studio VIT vengono assunti da Il Mio Castello (nient'altro oramai che la filiale italiana di Future Media). Oltre Saldini e Paglianti, anche Antonio Loglisci, Alessandro Polli, Simone Bechini, Marco Andreoli, Emanuele Sabetta, Roberto Camisana, Yuri Abietti, Luca Chichizola e Giorgio Baratto iniziano a scrivere per *GMC*, garantendo alla rivista esperienza e professionalità. Il fatto che un team così rodato abbia finalmente alle spalle un editore capace di un sostanzioso supporto economico rende agli occhi degli esperti del settore *GMC* la rivista più promettente sul mercato. In effetti questa non tradisce le aspettative.

Dal punto di vista estetico il magazine non ha una grafica particolarmente accattivante, molto squadrata e con

---

[27] Altra testata pubblicata da Il Mio Castello al tempo, con argomento l'equitazione. L'accostamento operato dall'editore appare quantomeno singolare.

fondini sempre bianchi. La stessa carta è di qualità non eccezionale e la copertina è semplicemente spillata, senza costina rigida. Anche strutturalmente *GMC* non adotta soluzioni particolarmente innovative, ma riesce a porsi come la giusta sintesi dei gusti della maggioranza dei lettori di riviste videoludiche: un sommario, l'editoriale di Minini Saldini, la posta curata da "Nemesis" (una ragazza, a differenza della Sylvia di *K*, questa volta in carne ed ossa), una rubrica di domande e risposte riguardanti problemi nel superare determinati punti nei giochi, poi le numerosissime anteprime. A parte il loro considerevole numero, sorprende quanto siano tutte urlate in copertina come fossero degli scoop, e come tutte siano molto in anticipo rispetto all'uscita dei giochi cui si riferiscono. Inoltre fa riflettere il fatto che quest'impostazione sia diametralmente l'opposto di quanto non si fosse visto su *Zeta* pochi mesi prima. Alle anteprime seguono le news, una classifica italiana delle vendite, una lista dei titoli in uscita, un breve elenco dei migliori giochi usciti nell'ultimo periodo, 4 pagine di notizie dalla rete (comprensive di una sorta di posta), speciali (di ottima fattura soprattutto quelli sulle fiere), ed ancora anteprime ma in questa sezione su giochi di uscita ormai prossima. Seguono pagine riguardanti recensioni hardware, e poi ancora speciali. Si arriva finalmente alle recensioni: prima la disamina del gioco, poi un breve commento con voto globale su scala da

uno a dieci, oltre che la valutazione in decimi anche dei 4 parametri “Grafica”, “Sonoro”, “Giocabilità”, “Longevità”. Non mancano eventuali bollini “Gioco del mese” e “Gioco consigliato”, il box riguardante i requisiti di sistema, infine un innovativo box su ciò che il gioco “è e non è”. I criteri di valutazione sono spiegati con grande attenzione, sottolineando come ogni genere di videogioco in redazione abbia un esperto ad esso relativo, che prova per giorni un titolo prima di giudicarlo. È un approccio che ricorda molto quello della *K* dello Studio VIT, nelle intenzioni sempre puntuale e precisa nel suo recensire. Proseguendo in una scorsa della rivista, alle recensioni seguono due pagine di “Parametri” (i migliori 5 giochi per ogni genere, anche qui un po’ come accadeva già su *K*), ed infine un cospicuo numero di pagine con soluzioni e trucchi.

Quella di *GMC* è una formula vincente, che, accompagnata dall’aggressiva politica di allegare al giornale videogiochi completi, porta in breve tempo le sue vendite alle stelle. Come abbiamo già detto in precedenza a proposito di *TGM*, è nell’aprile del 1999, infatti, che per la prima volta in Italia una rivista regala in allegato un videogioco completo, Roland Garros 1998. Questo porterà dall’anno successivo ad una lotta senza esclusione di colpi con *TGM* per accaparrarsi i migliori titoli da allegare, con un aumento per entrambe le

testate delle spese di gestione e col crescere su di esse dell’influenza delle case distributrici di software.

Nel numero di agosto del 1999 fanno la loro comparsa sulla rivista le “News dalla rete”, e nel dicembre dello stesso anno la rivista assume la veste grafica e la nuova carta che l’avrebbero accompagnata senza troppi scossoni fino ad oggi. Nel febbraio 2000 addirittura si sceglie un nuovo logo (decisione piuttosto ardita ma necessaria, data la pochezza del precedente), che è unanimemente apprezzato dal lettorato. A metà dell’anno in alcune città italiane viene pubblicata, ad un prezzo sensibilmente inferiore, una versione della rivista senza CD e senza pagine d’istruzioni per lo stesso, ma l’esperimento non ha il successo sperato e dopo pochi mesi viene sospeso. L’introduzione della costina rigida a settembre, e miglioramenti non determinanti per quanto riguarda la carta utilizzata e l’impaginazione, sono gli unici concreti cambiamenti intrapresi nel 2001. Viene anche introdotta (a settembre, sul numero 50) la rubrica “Annulla, Riprova, Tralascia” per la soluzione dei problemi hardware, affidata a Davide “Quedex” Giulivi. Dallo stesso numero le copertine sono curate personalmente da Andrea Minini Saldini.

Nel 2002 Primoz Skulj prende le redini del “Botta & Risposta”, rubrica istituita per aiutare chi non riuscisse ad ultimare qualche videogame, e nello stesso 2002 Future Media Italy entra direttamente nella gestione della rivista ed avvia il

progetto *Gamesradar.it*[28], incarnazione web di *GMC* e delle altre testate dell'editore. Al sito ed al suo forum vengono dedicate numerose pagine esplicative, con tanto di glossario (una tipologia di box che indica evidentemente un approfondimento di Internet in Italia ancora ai primordi). Anche Matteo Bittanti raggiunge i suoi vecchi colleghi e si guadagna l'angolo più riflessivo della posta (quella di Nemesis non tocca mai temi di particolare interesse), mentre intanto si definisce meglio la sezione Internet (incentrata sul gioco on-line) ed aumenta lo spazio dedicato all'hardware con una apposita posta annessa. Nelle recensioni scompare il box "è e non è" per lasciar spazio ad uno dal nome "in alternativa", in cui si presentano in breve altri giochi simili al titolo recensito, potenzialmente interessanti per il lettore della recensione. Inoltre sono aggiunte le caratteristiche positive e negative del titolo, un po' a la *Zeta*. Nel settembre, accompagnato da una copertina d'impatto e dalle scritte dorate, è la volta della nuova edizione con DVD-ROM. Con essa aumenta anche il livello dei giochi in regalo, con un paio di best seller che si susseguono rapidamente. Due mesi dopo alle recensioni è aggiunto il box dei requisiti di sistema, con addirittura i benchmark[29] ottenuti sui calcolatori usati

---

[28] vd. capitolo 10, paragrafo 6.
[29] Generalmente considerati un punto di riferimento per una misurazione di qualsiasi tipo, in ambito informatico il termine è usato per definire dei

(strumento utile soltanto ad esperti hardware ed utilizzato in verità in modo piuttosto confusionario). Finisce l'anno ed appare una piccola citazione al di sotto del codice a barre, in copertina, che si rinnoverà da qui in poi di mese in mese.

Dal febbraio 2003 aumenta il prezzo di copertina e le pagine salgono a 160, con una maggiorazione impiegata innanzi tutto per un enorme speciale riguardante tutti i titoli in arrivo a breve, poi con un aumento delle pagine delle recensioni più importanti ed infine con una pagina di recensioni dei lettori su giochi la cui valutazione non lascia loro soddisfatti. Se le rubriche rimangono pressoché le stesse (soltanto l'angolo di MBF diventa più grande), la veste grafica subisce delle leggerissime, pressoché impercettibili modifiche. I box sono più marcati e per gli speciali e le anteprime spesso vengono utilizzati dei fondini, i quali comunque non mettono in pericolo la scelta del giornale di restare prevalentemente su fondo bianco.

La rivista dimostra di essere in ottima salute, investendo continuamente e rinnovandosi sempre e solo lì dove è necessario. Ad aprile il tanto sospirato sorpasso: in termini di vendite *Giochi per Il Mio Computer* sopravanza dopo anni *The Games Machine*, e lo mette in copertina. È una supremazia che le permette una libertà d'azione editoriale che altrimenti

software test per la valutazione dell' hardware, se non addirittura per definire gli stessi risultati ottenuti con tali software.

rischiosa: da settembre, numero 94, *GMC* è in edicola anche in un’edizione “budget”, più piccola nel formato, senza CD e con un gioco allegato meno importante. Tutto questo mentre la versione DVD-ROM include da qui in poi, per la prima volta in Italia, un DVD-ROM doppio strato da ben 8 GB.

A febbraio del 2005 il magazine di Future Media festeggia il suo centesimo numero, risultato al quale nel settore sono davvero in pochi a potersi vantare di essere giunti. È, come vedremo fra poco a proposito di *TGM*, un anno molto particolare per Future Media, che si avvia a ritrovarsi quasi in una condizione di dominio monopolistico del mercato italiano.

6.2 – 2005: la Xenia abbandona l’editoria videoludica.

Per comprendere meglio la svolta del 2005 occorre ritornare a parlare di *TGM*, la ricostruzione della cui storia abbiamo ritenuto di interrompere intorno al 2000.

Con 13 numeri annuali, la *The Games Machine* del nuovo secolo, ancora forte del suo primato di vendite, continua la sua politica di tornei redazionali, party della

propria community e fragfest[30]. Il multiplayer inizia ad andare per la maggiore e la rivista risponde con l'ampliamento della rubrica "Fragzone" (addirittura comprendente una propria posta) e con l'istituzione di "Websurfer", che tratta siti di particolare interesse. Per contrastare la scelta di *GMC* di iniziare ad allegare giochi completi sempre di maggiore qualità e sempre con più frequenza, Stefano Lisi è assegnato al settore marketing della rivista: da quasi subito uno scossone, riuscendo ad esempio a conquistare i diritti per allegare al numero di maggio il riuscitissimo gioco Thief, o anche optando per gadget come un calendario dedicato a Lara Croft alla fine dell'anno.

Reduce da esperienze editoriali non proprio esaltanti, torna in redazione Paolo Besser, che così dipinge la "ritrovata" *TGM* su it.fan.studio-vit: "Sono stato accolto bene, come non mi aspettavo. La rivista è cresciuta, e con essa le persone che vi contribuiscono ogni mese. […] Ho trovato finalmente apportati tutti quei cambiamenti che, quando lo scorso anno lasciai, mi sembravano necessari ma per numerosi motivi improbabili da realizzare.".

Il 2001 inizia per la rivista Xenia con un'importante novità: viene finalmente ridefinita la scala di valutazione dei giochi. Assestatasi oramai fra il 70% ed il 98%, rendeva di

---

[30] Party incentrati sull'on-line gaming, in particolare a sparatutto con visuale in prima persona come Half Life ed Unreal.

fatto inutilizzabili le 69 rimanenti possibilità. Da qui in poi si riprende una sorta di valutazione scolastica da 0 a 100, con tutte le sfumature del caso e mantenendo in ogni caso gli stessi fregi, “Star Player” e “Top Score”, sebbene spostati in diverse fasce di punteggio. Inoltre alle varie voci valutate è aggiunta quella “Carisma”. Da luglio s’intravedono le soluzioni scelte per il nuovo restyling grafico, stavolta ad opera dello studio D’Avino e Micheletti. *TGM* assume finalmente un look più aggressivo e moderno. L’E3 del luglio segna una svolta nel mercato videoludico e di conseguenza in quello delle riviste del settore: è totalmente all’insegna delle console, con X-Box di Microsoft in dirittura d’arrivo e PS2 di Sony e GameCube di Nintendo finalmente dotate di titoli di rilievo. Max Reynaud ormai parla di crisi nel settore che perdura da almeno due anni, con un mercato di videogiochi per PC schiacciato da quello per console.

Il periodo estivo e quello immediatamente successivo mostrano la risposta del giornale al ripiegare su se stesso del mercato: il numero di luglio 2001 è l’ultimo senza un videogioco completo allegato, ed a settembre nasce *Tgmonline*, incarnazione web della rivista. In realtà *Tgmonline* è quasi un giornale a sé stante, la cui redazione viene affidata a Claudio Todeschini. Nasce a novembre una rubrica che fa da ponte fra rivista e pagine on-line, con Max che spiega nell’editoriale come si stia configurando il progetto Xenia di

una testata multimediale composta da tre sezioni: il giornale cartaceo, il CD-ROM e le pagine web relative di *Tgmonline*.

Per i primi mesi del 2002 la struttura di *TGM* rimane pressoché invariata, e la rivista sembra aver raggiunto un suo equilibrio, destinato però a durare molto poco. Argomento trattato piuttosto frequentemente sia nella posta che negli editoriali di Max Reynaud è l'eccessiva commercializzazione del giornale. Mentre su *GMC* ogni nuovo gadget o gioco allegato è presentato come una conquista editoriale, *The Games Machine* lascia trasparire un certo malcontento per come la situazione si stia configurando. C'è da dire che, al di là di quanto si possa considerare, nell'ottica di una non meglio identificata "moralità giornalistica", poco gratificante sminuire il lavoro mensile di professionisti cercando di vendere quasi solo attraverso gli allegati, appare evidente che il problema dei gadget colpisce maggiormente la Xenia, di certo svantaggiata in una competizione all'arma bianca con un editore di molto più facoltoso quale è Future.

Da giugno Stefano Silvestri inizia a firmare gli editoriali (Reynaud nei mesi precedenti era sempre più lontano dalla vita redazionale e dalla stesura del giornale). Il caporedattore immediatamente mette in chiaro i cambiamenti che progetta per il prossimo futuro: la rivista sta perdendo pagine ed inserzioni per la concorrenza spietata e per il ridimensionamento del settore, quindi urge apportare un

sensibile cambio di rotta. “Le recensioni occupano spesso troppe pagine”, scrive Silvestri senza nascondersi, “e le stesse rubriche sono troppe.”. È nell’ottica di questo rinnovamento che “Talent Art” e “Talent Scout” passano on-line, mentre alla posta di Svanoni ne viene affiancata un’altra, dai toni demenziali, curata da Raffaele Sogni. Ritornano gli speciali, da troppo tempo abbandonati e lasciati soltanto alla concorrenza: già a settembre Paolo Besser ne redige uno molto interessante sull’evoluzione dei videogame. Le “Voci di corridoio”, in presenza di Internet oramai non più sempre tempestive, vedono diminuire il numero di pagine ad esse dedicate, mentre cresce il “Fragzone” con sezioni interne dedicate ai principali giochi caratterizzati dall’on-line playing. Non è da sottovalutare che la Xenia decida di affidare la gestione delle inserzioni pubblicitarie ad un nuovo ufficio, probabilmente poco soddisfatta di quanto non stesse facendo il precedente. Ad ottobre è pubblicato uno degli approfondimenti più interessanti dell’anno su di una rivista videoludica, in “Backstage” si riflette sul fenomeno dell’hype tanto ricercato dalle software house e su come si stia diventando complesso per il giornalista del settore mantenere la dovuta professionalità nell’ambito delle nuove politiche di marketing dei publisher. Tocca a lui evitare, ad ogni modo, che l’attesa per un titolo ne decreti il successo più che la sua stessa qualità. L’argomento verrà trattato anche

successivamente, sempre a voler porre l'accento su come, nonostante su Internet le recensioni dei titoli si sprechino, siano sempre le riviste del settore a rappresentare il parere più rispettabile nel campo: i siti gamerankings.com e metacritic.com, i quali calcolano la media dei giudizi che i giochi ricevono sulle più influenti testate internazionali tra cui *TGM*, sono i più consultati anche da publisher e software house, e non si può certo dire non abbiano influenza sul mercato.

A novembre Silvestri diviene anche coordinatore editoriale della Xenia, e a Tosini tocca il ruolo di vice-caporedattore. Dal marzo del 2003 TGM va in edicola con tre versioni differenti, alle due canoniche provviste o meno del CD-ROM se ne affianca una terza con DVD-ROM, prima a singola faccia poi dual layer. È in ritardo di ben sei mesi rispetto alla medesima iniziativa di *GMC*, un lasso di tempo non da poco. L'utenza di videogiochi italiana non solo sta sperimentando le altissime velocità di connessione alla rete dell'Adsl, ma da tempo si è fornita di lettori DVD.

Il 2003 è anche l'anno delle copertine a stampa speciale, in altre parole un artificio che da loro una certa profondità/tridimensionalità. La concorrenza ha iniziato da tempo a strillare in copertina scoop e simili, quindi è necessario correre quanto prima ai ripari. Del resto, come già detto precedentemente parlando di *Giochi per Il Mio*

Computer, la testata Xenia è oramai stata sopravanzata in fatto di vendite dalla sua concorrente più diretta.

L'anno seguente finisce l'esperimento delle copertine a stampa speciale e le soluzioni scompaiono dalla rivista (occuperanno una cospicua sezione di *Tgmonline*), cedendo spazio a "Fragzone", news e "Time Machine", una nuova rubrica che approfondisce la storia del videogioco trattando di volta in volta nuovi argomenti. Iniziano i contest, concorsi che si svolgono a metà tra rivista cartacea e sito, i cui premi sono di volta in volta abbonamenti al giornale, giochi o periferiche hardware. La rivista si fa moderna, probabilmente molto più delle sue rivali: alla zona hardware si aggiungono la "Modding zone" e la "Mobile zone" dedicata a palmari e cellulari, mentre aumentano gli speciali sulle manifestazioni multiplayer sia nazionali che internazionali. Lo stesso fenomeno in esplosione dell'abandonware, parte integrante del trend che ha portato la rivista ad istituire già prima "Time Machine", viene trattato con sempre maggiore frequenza.

Interessante riflessione di Stefano Silvestri a proposito delle copertine: un gioco sconosciuto in copertina porta meno vendite, ma nonostante questo la rivista da lui diretta va per la sua strada. La sua è una *TGM* che nonostante le ovvie concessioni al mercato va per suo conto, cosa che non può non

venire apprezzata dai cosiddetti hardcore-gamer[31], pubblico cui la testata Xenia vorrebbe riferirsi.

Il 2005 è un anno di svolta nel settore: la maggior parte dei produttori di software sono impegnati nei cosiddetti progetti di "nuova generazione", cioè videogame sviluppati specificamente per le nuove console in modo da sfruttarne tutte le incredibili potenzialità grafiche e sonore. Una simile situazione porta a delle conseguenze da non sottovalutare: i budget necessari per realizzare simili giochi diventano imponenti, e molte piccole software house scompaiono o si accorpano sotto la confortevole ala protettrice di produttori più grandi. "Le multinazionali sono le uniche che possono investire nei giochi", scrive Silvestri a settembre. Ed il discorso si estende anche alle riviste che trattano dei suddetti giochi: un editore dal budget tutt'altro che illimitato come la Xenia non può reggere il confronto con un avversario come la Future. La casa editrice milanese nel corso dell'anno prende la sua decisione, rinunciando definitivamente all'editoria videoludica dopo quasi vent'anni di riviste di successo. *TGM*, tramite la cessione del ramo d'azienda, è venduta a Future Media Italy, che proprio in concomitanza del duecentesimo numero ne trasferisce la redazione nei suoi edifici, proprio accanto alle stanze in cui è redatta *Giochi per Il Mio*

---

[31] Termine coniato negli ultimi anni per definire il grande appassionato di videogiochi, una sorta di "professionista" del videogame.

Computer. Nessuna rivoluzione, ma si fa largo il dubbio che con un editore vicino all'essere monopolista nel settore l'informazione videoludica non possa più definirsi indipendente.

CAPITOLO 7: IL BOOM E LE RIVISTE-METEORA. LE MONOFORMATO.

7.1 – Alcune riviste per PC dalla breve vita editoriale.

Sul finire degli anni ’90, durante quella che non pare eccessivo definire una vera e propria esplosione dell’editoria videoludica, il monoformato è un trend che coinvolge i giornali relativi ad ogni tipo di macchina da gioco. Fioriscono riviste-meteora, a volte molto interessanti altre meno, tutte accomunate da una presenza in edicola mai troppo duratura. Lo stesso Personal Computer, che in nome del suo utilizzo meno centrato sul divertimento elettronico era sempre stato trascurato da un certo genere di riviste, vede moltiplicarsi le testate videoludiche ad esso dedicate. È un esempio di questa situazione *PC Force*, giornale Xenia appunto dedicato esclusivamente ai PC, che nasce nel marzo 1998, due mesi dopo la “sorella” *PlayStation Force*. Al contrario di quest’ultima, esso non si limita a raccogliere mese per mese news e trucchi/soluzioni riguardanti i giochi del momento, ma tratta anche di Internet e del multiplayer, non trascurando recensioni delle ultime uscite in fatto di software ludico e hardware. In pratica tutto ciò che *TGM* in questo periodo

particolare tende a sacrificare viene approfondito dal suo editore in una rivista satellite.

A capo della redazione viene posto Andrea Della Calce, colonna della Xenia e da sempre specializzato nel redigere le pagine di trucchi e soluzioni di più riviste. *PC Force* è un giornale diverso dal solito, e una scorsa alla sua struttura può renderne l'idea della misura: ad un editoriale del caporedattore seguono le news, poi degli approfondimenti solitamente piuttosto interessanti, la rubrica “Net-Zone” incentrata sulla rete e sul gioco on-line, recensioni delle novità hardware e dei giochi più importanti, infine poi trucchi e soluzioni, i quali insolitamente compongono il corpo principale della rivista. Non c'è posta, non ci sono divagazioni superflue, la testata si propone come una sorta di guida alla navigazione ed al “buon gioco” su Personal Computer, e sotto quest'aspetto risulta piuttosto riuscita. Anche dal punto di vista grafico si opta per fondini tendenzialmente chiari per facilitarne la lettura, con un'impaginazione generalmente semplice e niente affatto aggressiva. L'esperimento, per qualche ragione mai realmente decollato in quanto ad introiti, risulta però come già detto essere di relativamente breve durata: dopo diciannove numeri, nel novembre 1999, la Xenia ne interrompe le pubblicazioni. Stesso periodo, stessa tipologia di rivista, e soprattutto stessa sorte tocca anche a *PC Play Magazine* della Future ed a *PC*

Ultra della PlayPress, entrambe sopravvissute persino molto meno che *PC Force*.

Pubblicata per la prima volta nel luglio del 2000, anche per *PC Gamer* di Il Mio Castello/Future le cose non vanno troppo diversamente: partita come la traduzione integrale dell’omonima rivista statunitense PC-oriented, vede il suo spessore aumentare, sia dal punto di vista contenutistico che da quello delle vendite, solo con la costituzione di una redazione italiana ad essa dedicata, verso la metà del 2001. All’inizio del 2002 Future ne affida la gestione all’Oku Studio, service editoriale simile al primo Studio VIT, fondato (ed oramai a quel tempo abbandonato) da Fabio Rossi anni prima. L’esperienza dura pochissimi mesi, e Andrea Minini Saldini, passato intanto ai massimi vertici di Future, sul forum di *Tgmonline* descrive così il giornale restituito alla sua direzione: “la rivista ci venne riconsegnata in condizioni economiche (copie vendute) disastrose. […] Aumentammo il numero di pagine, andammo in edicola con due differenti versioni, ma non fu sufficiente e dovemmo interromperne le pubblicazioni.”. Si discosta leggermente dai precedenti esempi il caso di *Netgamer* di PlayPress, prima ed unica rivista italiana dedicata esclusivamente all’on-line gaming. Le sue pubblicazioni, iniziate nell’aprile del 2000, non riescono nemmeno a raggiungere i mesi estivi, complice probabilmente un argomento trattato ancora troppo di nicchia.

7.2 – Monoformato per sistemi di scarsa diffusione.

Il boom di pubblicazioni videoludiche, oltre che sistemi d'indiscussa diffusione come PC e PlayStation, coinvolge anche console dalle dubbie potenzialità commerciali, come il GameBoy Color di Nintendo o il DreamCast di Sega. A quest'ultimo la PlayPress dedica *DreamCast Arena*, che inizia le pubblicazioni nel gennaio del 2000 per ultimarle poco più di un anno dopo, a fallimento commerciale della console di riferimento ormai appurato.

Anche il Nintendo64, storicamente una delle macchine prodotte dal colosso nipponico con la minore diffusione in assoluto, vanta ben due giornali al suo riguardo: *Nintendo64 Magazine* della PlayPress, bimestrale in edicola a partire dall'ottobre '99, e *Official Nintendo Magazine* della Xenia. Mentre la prima non ha mai riscosso troppo successo ed è presto scomparsa, a causa probabilmente della scelta di essere bimestrale nonché di avere un prezzo relativamente alto, *ONM* sopravvive quasi due anni, scomparendo nella primavera del 2002 anch'essa dopo un breve e deleterio periodo di pubblicazione bimestrale. Diretta dall'oramai celebre Raffaele Sogni, ed impostata con il suo stile tutt'altro che formale, è una rivista del settore tra le più divertenti mai pubblicate. Forse non troppo precisa nelle recensioni e dalla grafica non proprio eccezionale, *ONM* resta la rivista ufficiale Nintendo

fino all’acquisizione dei diritti da parte di Future (che da vita a *Nintendo la Rivista Ufficiale* o *NRU*).

7.3 – Riviste-meteora per PlayStation.

Di certo, il record assoluto di riviste dedicate ad una singola console è appannaggio dalla PSX di Sony. Nonostante la piattaforma di utenti della PlayStation sia in questo periodo davvero strepitosa, non può non lasciare perplessi, con il senno di poi, la congestione del segmento di mercato ad essa relativo. *Super PlayStation Console*, *Ufficiale PlayStation Magazine*, *PSM*, quindi le riviste con argomento PSX in edicola intorno al 2000 già trattate fino a questo momento, sono infatti solo una ristretta parte del marasma di testate che si viene a creare. *PlayStation Nation* di Xenia, *NextStation* della Next Publishing, poi *PlayStation Gold* di St.Martin, *La Mia Gamestation* di Edizioni Master, *Fusion* ancora di Xenia, tutte si avvicendano in edicola ad una velocità impressionante.

PlayStation Nation della Xenia nasce nel gennaio del 1999, e con essa per la prima volta la casa editrice milanese intraprende un progetto monoformato dedicato ad una console. La redazione è composta principalmente da redattori che nel contempo partecipano alla stesura di *Consolemania*. Si tratta di una rivista senza troppe pretese, piuttosto approfondita e

non banale nei contenuti, dalla grafica sobria. Anche la struttura è semplice e senza nulla a pretendere: innanzi tutto qualche anteprima, e poi un buon numero di recensioni con giudizio in decimi e corredate di box (uno con pregi e difetti, un altro invece dal titolo “piace a/non piace a”, atto ad individuare il potenziale target del titolo). Oltre che la sezione dei trucchi ed una breve rubrica epistolare, trovano posto prima delle pagine dedicate a “Sfide” fra giochi appartenenti al medesimo filone, poi l’”Hardware cafè”, in cui sono recensite le periferiche dedicate alla PSX.

Dopo circa un anno il magazine, lontano dall’essere soddisfatto delle vendite fino a quel momento registrate, prova ad ampliare il proprio bacino di lettori: prima allega gadget di rilievo (persino una memory card PSX), poi intraprende continui cambi di rotta alla ricerca di una propria identità editoriale ancora piuttosto indefinita. Dal numero 15 addirittura la rivista cambia formato, testata e grafica, e dal 16 (in edicola nel maggio del 2000) persino nome, trasformandosi semplicemente in *Nation*. Dura però solo 4 numeri, per poi chiudere definitivamente i battenti ancora non confortata a sufficienza dalle vendite.

Storia simile quella di *NextStation*, inizialmente edita da Next Publishing di Fabio Rossi. Il concetto alla base di questa rivista, frutto principalmente della collaborazione tra Paolo Besser (come detto momentaneamente allontanatosi dalla

Xenia) e lo stesso Fabio Rossi, è di un giornale per lettori occasionali, non necessariamente appassionati di videogiochi, giovani ma non soltanto. A dispetto degli interessanti demo allegati, l'esperimento dura soltanto due numeri e già il terzo della serie, edito da Panini, vede Rossi defilarsi. Resa dal subentrato editore sostanzialmente diversa da ciò che doveva inizialmente essere, *NextStation* non va oltre il numero 3 del giugno 2000.

PlayStation Gold, del piccolo editore St.Martin, è un'altra poco significante meteora che riesce però a sopravvivere poco più di un anno (dalla primavera del '99 all'estate del 2000), mentre *La Mia Gamestation* di Edizioni Master dura dal gennaio al giugno del 2000, fallendo nel tentativo di porsi come ponte fra l'utenza PlayStation e la cultura di Internet (impresa, a dire il vero, al tempo da considerarsi piuttosto ardua).

Ultima della serie tra le riviste citate, resta *Fusion*, secondo esperimento della Xenia per quanto riguarda i magazine dedicate alle console Sony. A pochissimi mesi dalla chiusura di *Nation*, nel novembre 2000, *Fusion* va in edicola con una grafica accattivante (una sorta di anticipazione di quanto verrà proposto su *TGM* pochi mesi dopo) ed il chiaro intento di diventare la rivista per eccellenza degli hardcore-gamer possessori di PlayStation e PlayStation2, in altre parole una sorta di *The Games Machine* dedicata alla Sony. Data la

mole d'investimenti dedicatele, la rapida chiusura di *Fusion* si può considerare il più cocente fallimento di una rivista Xenia.

Sempre dedicata ad una console Sony, in questo caso esclusivamente PS2, è la rivista *Ufficiale PlayStation2 Magazine*, edita da Il Mio Castello/Future Media Italy a partire dal dicembre del 2000. Nonostante si sia ritenuto di trattare le riviste per console di seconda generazione altrove (capitolo 9), la breve permanenza in edicola di questo magazine lo inserisce a pieno titolo fra le qui illustrate riviste-meteora. Si tratta, com'è facilmente desumibile dalla testata, di una rivista "ufficiale", in singola versione comprensiva di un DVD-ROM, venduta al prezzo iniziale di 16900 Lire/8,73 Euro. Con Andrea Minini Saldini come publisher, una redazione scarna ed un folto gruppo di collaboratori tutti già da tempo impegnati da tre anni a redigere la gemella *Ufficiale PlayStation Magazine* (dedicata come già detto invece alla PSX), la rivista si presenta in gran parte come tradotta. Anche le soluzioni grafiche, belle e moderne come non mai in Italia, e la struttura generale sono del tutto mutuate dalle corrispettive *UP2M* europee e non: un editoriale del publisher/caporedattore, poi la posta, poi ancora 3 o 4 pagine dedicate al DVD (pieno di filmati e demo), successivamente le anteprime sui giochi di prossima uscita, approfondite e corredate da numerosi box illustrativi. In queste tende, un po' ricalcando le riviste del settore degli anni '80, a ricreare una

sorta di nuova mitologia del software ludico, esaltando le figure di programmatori o team, intervistandoli e mostrandone numerose foto. Il giornale continua e dopo “Flash”, le news, presenta spesso confronti fra due giochi (o più frequentemente filoni di giochi), nonché ulteriori anteprime qui dedicate ai giochi più attesi e la cui uscita è prevista in tempi brevi.

Le recensioni PS2, solitamente corredate da immagini grandi e ben impaginate occupano un buon numero di facciate, sono completate da box, didascalie, ed un breve commento finale con votazione globale in decimi (riproposto anche per “Grafica”, “Sonoro”, “Giocabilità” e “Longevità”). Seguono recensioni in breve per PSOne (riedizione economica e di dimensioni ridotte della vecchia PSX), recensioni su film usciti in DVD, e una rubrica sul panorama ludico in generale e sulle pubblicazioni cartacee ad esso dedicate curata da Matteo Bittanti. Seguono due pagine di “Dossier”, i canonici trucchi, poi le pagine “Vetrina” con recensioni in breve di tutti i titoli mai usciti in ordine alfabetico, tutte comprensive di valutazione, giudizio e notizie fondamentali. Infine un’ultima sezione dedicata a rubriche di vario genere, come ad esempio la storia della programmazione.

UP2M funziona e, confortata da una base di utenti PS2 fortemente in crescita in Italia, può permettersi un primo speciale natalizio sul finire del 2001. Sony centra il bersaglio: la PS2 sostituisce a pieno titolo la PSX come console più

posseduta in Italia e la rivista ad essa dedicata può da questo evidentemente trarre vantaggi. *UP2M* si mantiene immutata nei mesi successivi, con qualche miglioria per quanto riguarda la sezione media, alla quale vengono aggiunte un paio di pagine relative ad opere letterarie tratte dai videogiochi o da cui sono tratti videogiochi, ed un aumento graduale ma utile di pagine.

L'ultimo numero della rivista Il Mio Castello/Future è datato Maggio 2002, ed è il 19: Andrea Minini Saldini nell'editoriale spiega che, data la perdita dei diritti da parte dell'editore sul giornale ufficiale Sony, la redazione si trasferisce alla nuova *Play Nation 2 Magazine*: una rivista non ufficiale, quindi, ma dal punto di vista dalla testata, dalla grafica e contenutistico praticamente identica a *UP2M*, e in tutto e per tutto considerabile come sua continuazione. Il magazine ufficiale, come vedremo nel capitolo 9, passa a PlayPress Publishing.

CAPITOLO 8: IL BOOM E LE RIVISTE-METEORA. LE MULTIFORMATO.

8.1 – Le multipiattaforma durante il boom.

Il notevole aumento della quantità di giornali videoludici commercializzati verso la fine del decennio scorso è dovuto a due ragioni su tutte: da una parte il crollo dei costi di produzione dovuto alla diffusione capillare di Internet, dall'altra un notevole aumento del bacino di utenza. Non si tratta di una semplice corsa al monoformato, sono numerosi anche gli esempi di riviste multipiattaforma nate in questo periodo: si pensi a *Game Republic*, a *Games Master* oppure a *Joypad*, o ancora a *NextAction*, riviste delle quali comunque soltanto la prima ha riscosso un discreto e duraturo successo (al punto da esistere ancora oggi).

Games Master, per lungo tempo unico esperimento di rivista orizzontale pubblicato da Il Mio Castello/Future Media, è in edicola dal dicembre 1998 al gennaio 2001, periodo durante il quale non riceve mai particolari apprezzamenti dal pubblico di riferimento. Diretta ad un target forse troppo eterogeneo e redatta da Oku Studio, in 96 pagine dal prezzo concorrenziale presenta notizie, prove, anteprime, soluzioni e speciali soprattutto su giochi per PC, PlayStation, Nintendo64 e DreamCast.

Rivista apparsa in edicola quasi contemporaneamente, essendo infatti del gennaio 1999, è *Joypad* (o anche *J*), edita da Edizioni Master e curata da GamesIdea. Soltanto 4 numeri per l'ennesimo giornale raffazzonato e confusionario: sebbene offra un buon numero di pagine ad un prezzo stracciato, sono davvero troppe le lacune per farne un magazine di successo. "Oggi come oggi", scrive due anni dopo Mattia Ravanelli su it.fan.studio-vit, "ritengo la stessa *Joypad* per cui ho scritto una rivista che leggerei a fatica, dalla grafica poco fantasiosa, dai testi spesso poco coerenti fra loro ed in generale caratterizzata da tanta buona volontà mai sorretta da un coordinamento di pari livello. […] Edizioni Master, allora davvero poco attiva nell'ambito videoludico, non l'ha sicuramente sostenuta a dovere.".

NextAction, e con essa chiudiamo questa breve carrellata sulle riviste-meteora orizzontali del lustro scorso, vive sorti molto simili a quelle della sorella *NextStation*, di cui abbiamo già parlato nel precedente capitolo. Nata nella primavera del '99, è edita prima da Next Publishing e poi, poco prima di scomparire del tutto, da Panini. Il progetto di una rivista per giocatori occasionali, sulla carta vincente in un periodo di diffusione di massa del videogioco, si rivela un totale fallimento, questo probabilmente a causa del sovraffollamento in edicola di riviste simili. Tutte le testate

Next Publishing scompaiono dopo un anno o poco più di pubblicazioni, nell’estate del 2000.

8.2 – Game Republic, unica rivista orizzontale di successo.

Passiamo infine a *Game Republic*, unico magazine multiformato sopravvissuto al periodo di cui stiamo qui trattando ed in commercio ancora oggi. Edita dalla PlayPress Publishing, *Game Republic* (sottotitolata: “next generation magazine”) è una rivista multipiattaforma che nasce, con un insolito numero “zero” allegato a *PSM*, nel settembre del 1999. L’editore presenta l’ultima nata della sua scuderia come il giornale per eccellenza degli appassionati di videogiochi, completo, affidabile, “una rivista fatta da fanatici per fanatici”, dalla grafica rivoluzionaria ed al prezzo (in verità non troppo basso) di 7900 Lire. Una rivista che si rivolge dichiaratamente a tutti gli amanti dei videogiochi, di qualsiasi piattaforma essi siano provvisti, di sesso maschile e d’età compresa generalmente tra i 14 e i 23 anni.

Il numero zero (come detto niente più che un inserto in regalo allegato ad un'altra testata) ha un numero di pagine molto contenuto, eppure inizia subito a mostrare ciò che diventerà la struttura portante di *GR*. Due pagine di news

(“Primalinea”), un’anteprima per DreamCast, una recensione per PSX ed una per Nintendo64. Segue un “Arcade Corner” sulle novità de bar, pagine di recensioni brevi multiformato, un angolo “Japan Republic” con recensioni di prodotti commercializzati solo in Giappone, poi la rubrica “Anime Republic” dedicata ai film d’animazione orientali, ed infine recensioni per il GameBoy Color.

La rivista appare, sebbene piuttosto confusionaria, molto bella da vedere e notevolmente di tendenza, con grafica mutevole a seconda del genere del titolo trattato e notevolmente differente di rubrica in rubrica. Commenti molto brevi, giudizi finali in quinti (così come le valutazioni delle singole voci, cioè “Grafica”, “Sonoro”, “Controllo”, “Longevità”), ne rendono le recensioni di consultazione immediata e senza troppi fronzoli di sorta. Merito di una redazione in gran parte composta dai redattori della *PSM* PlayPress nonché di *PSMania2.0, GR* è un giornale giovane e dall’approccio mai troppo serioso, non troppo dissimile da quella che era *TGM* nella prima metà degli anni ’90.

Col passare dei primi numeri e poi nel corso di tutto il 2000 la rivista assume un aspetto più definito. Se dal punto di vista grafico è possibile notare una maggiore coesione interna, da quello contenutistico *Game Republic* appare arricchita e particolarmente moderna. Si apre adesso con un editoriale in prima pagina (scritto da Diego Malara e dai contenuti sempre

poco usuali) accompagnato in un primo momento dalle foto dei redattori, a cui seguono due pagine di indice e delle news sempre più leggibili ed ordinate. Successivamente trova spazio una pagina di top ten dei titoli relativi a ciascuna console in commercio in Italia, ed una di quelli più giocati da ciascun redattore. “Tech Mania”, la rubrica successiva, riguarda le novità in arrivo in campo hardware, ed è seguita da una nutrita serie di anteprime di giochi ordinati per singola piattaforma. Tocca poi alle recensioni ed ad eventuali speciali, storici, di approfondimento, oppure di critica. “Pocket Mania”, angolo dedicato alle recensioni per console portatili, vede aumentare notevolmente lo spazio ad esso dedicato, così come il “Japan Republic”, ed all’angolo “Anime” se ne affianca uno “Hentai” e di news sul mondo giapponese più in generale. Dopo qualche numero viene aggiunta una rubrica riguardante le novità del web, “Internet Republic”, ed una dedicata ai giochi sportivi. Restano gli immancabili trucchi (qui divisi per piattaforma) e la posta comprensiva di fan art, curata dall’intera redazione e quasi mai di particolare interesse. Il “Time Warp”, sul finire della rivista, è un viaggio tra i videogiochi i computer e le console del passato, mentre l’ultima pagina del giornale, “Campo Minato”, è un confronto riguardo ad un argomento fra i pareri, contrastanti, di due esponenti della redazione.

Nel 2001 aumentano gli speciali nella prima parte della rivista, spesso insolitamente dedicati a software house o a serie di giochi, come ad esempio accade con Resident Evil sul numero di novembre 2001, analizzato in tutte le sue uscite fin nei minimi particolari. Una tipologia di dossier questa, che sempre interessante e presentata di frequente, risulta essere il fiore all'occhiello di *Game Republic*. La posta passa a Marco Accordi Rickards, e se in un primo momento difficilmente si va oltre le sterili polemiche fra sistemi, in seguito la rubrica raggiunge un buon livello qualitativo ed offre originali spunti di riflessione. Sempre nel corso dell'anno il sistema di valutazione diventa più usuale, adottando una scala in decimi e sostituendo la voce "Controllo" con la più usuale "Giocabilità", e viene istituita "Net Republic", nuova rubrica interamente dedicata al multiplayer ed al gioco on-line. La foliazione della rivista aumenta, così da dar spazio sufficiente alle varie fiere che si succedono (soprattutto E3 e Tokio Game Show), e la stessa qualità delle pagine diventa superiore.

Ad ogni modo, è nell'ottobre del 2002, con Sergio Pennacchini caporedattore, che inizia la prima vera rivoluzione all'interno di una testata rimasta pressoché immutata nel corso dei suoi primi tre anni di vita. Le rubriche restano quelle di sempre eccetto la "Japan Republic", ampliata fino a comprendere anche le rubriche "Anime" e "Hentai" e migliorata graficamente. La rivista è da qui in poi impaginata

generalmente meglio: un esempio su tutti è quello di "Time Warp", che assume un divertente aspetto da "rivista anni '80" in gran parte mutuato dalla mai dimenticata *Zzap!*, con un'impostazione volutamente molto varia. Al di là della grafica, infatti, si tratta di una rubrica dai contenuti sempre interessanti, che approfondisce di volta in volta la storia di personaggi chiave dell'universo videoludico, o addirittura di vecchie pubblicità, console, giochi dimenticati, classici, periferiche oramai datate. Una delle sezioni più belle ed originali di *Game Republic*, qualcosa che un po' tutti i concorrenti provano più o meno nello stesso periodo ad emulare.

Nel marzo 2003 Gianluca Minari e Marco Accordi Rickards lasciano la PlayPress, con conseguente passaggio della posta passa a Francesco Serino, molto schietto e competente. Gli speciali sono al passo con i tempi, segno di una rivista che sa guardarsi intorno con molta attenzione: sono trattati giochi per telefoni cellulari, nonché il retropublishing ed il retrogaming più in generale. Ben presto nasce la rubrica "Pocketmania Mobile", che dei giochi per cellulari fa recensioni ed anteprime.

Nel marzo del 2004 la rivista raggiunge la soglia dei 50 numeri, aumentando il prezzo a 5 € e ritoccando ulteriormente il comparto grafico. Con Malara e Pennacchini responsabili, dal maggio l'editoriale passa a Francesco Serino. Sono le tre

figure a cui principalmente si può attribuire la ricetta di questa rivista di successo, tutt’oggi forte di un ottimo seguito di lettori.

CAPITOLO 9: LA QUARTA FASE.

9.1 – Introduzione alla quarta fase dell’editoria videoludica italiana.

Abbiamo nei precedenti due capitoli analizzato l’espansione dell’editoria videoludica sul finire degli anni ’90, ed il suo successivo ridimensionamento. Riteniamo che il conseguente periodo di crisi della stessa si possa considerare parte di una quarta fase, perdurante tutt’oggi. Caratterizzata dalla difficile convivenza ed integrazione delle riviste cartacee con una controparte on-line oramai dominante, nonché da un ancor più marcato contrasto tra il loro aspetto informativo/tecnico e le loro velleità d’intrattenimento, la quarta fase rappresenta in un certo qual modo un crocevia per l’intero settore: lì dove il mercato si fa ostico al punto da ridurre al fallimento un editore come Future Media Italy, risulta indispensabile trovare nuove e più moderne forme di comunicazione in fatto di critica videoludica. Come vedremo le idee su come procedere al riguardo non saranno poche, ed animeranno un vero e proprio dibattito che metterà profondamente in discussione i canoni del giornalismo concernente i videogiochi.

9.2 – Le riviste monoformato per console di seconda generazione.

È convenzione considerare di “prima generazione” il primo gruppo di console a 32/64bit, quindi su tutte PSX di Sony, Nintendo64 e Sega Saturn, mentre di “seconda generazione” le successive PlayStation2 sempre di Sony, GameCube di Nintendo, DreamCast di Sega e X-Box di Microsoft. Come abbiamo già avuto modo di osservare, le macchine di prima generazione hanno visto i titoli ad esse dedicati essere trattati principalmente da testate considerate come appartenenti alla terza fase: raramente multiformato, e quasi sempre dalla vita editoriale piuttosto breve.

Diversa si rivela la sorte delle riviste dedicate alle console di seconda generazione: il loro mercato non si congestiona come nella precedente situazione e le poche testate, nate tutte nel 2002, riescono tutte a sopravvivere l’intero ciclo vitale delle console di riferimento.

Iniziamo la panoramica su questo filone di riviste partendo da quella dedicata alla console di Sony. Con la chiusura di *Ufficiale PlayStation2 Magazine* di Future Media Italy, avvenuta nel maggio 2002, la licenza ufficiale in Italia per PS2 passa alla PlayPress, la quale immediatamente inizia le pubblicazioni della sua *PS2 Magazine Ufficiale*. La formula editoriale scelta da PlayPress Publishing si rivela subito

vincente, ed attraverso un giusto mix grafico e di contenuti la rivista diventa in breve tempo il magazine per PlayStation2 più venduto in Italia, scalzando prima *PSMania2.0* e poi *PSM*.

Nonostante l'ottima risposta di pubblico ben presto il formato viene rimpicciolito per renderne più semplice la consultazione, e dal punto di vista della copertina si adottano scelte grafiche atte a renderne particolarmente forte l'impatto visivo in edicola. Strutturalmente parlando il magazine appare meno preordinato rispetto alle altre riviste del settore. La sezione iniziale, costituita all'incirca da 20 pagine, assume una struttura più elastica, divenendo contenitore di news e speciali. Alla grafica viene applicata nel 2004 una generale verticalizzazione in nome di una maggiore fruibilità, e più cura viene spesa in favore delle immagini e sui box di approfondimento di news e recensioni. Queste ultime, sebbene box al loro interno riportino appunto approfondimenti di vario genere, sono in parte sacrificate nei contenuti in nome di una più accattivante estetica.

L'obiettivo della rivista, dichiarato esplicitamente nel sito ad essa relativo, è di integrare il settore entertainment, cioè riunire videogiochi, cinema e musica in un solo magazine. C'è dell'altro: "diretto ad un pubblico molto ampio e più maturo rispetto all'utente medio di videogiochi, il magazine è un insostituibile strumento anche per commercianti, addetti al marketing e distributori di

videogame.“, qualcosa che mai si era letto relativamente ad una rivista del settore.

Le cifre ben presto danno ragione all’editore: *PS2 Magazine Ufficiale* agli esordi parte con una tiratura di 75000 copie, che nell’arco di poco più di due anni arrivano a 110000[32], con un incremento netto superiore al 45% ed in continua crescita, ottenuta anche grazie al supporto di costanti attività di marketing e comunicazione (si pensi alle campagne pubblicitarie sulle reti Sky e su MTV, o al costante monitoraggio del feedback dei lettori).

Altra rivista ufficiale è *Nintendo La Rivista Ufficiale* (meglio conosciuta come *NRU*), edita a partire dal giugno del 2002 da Future Media Italy. Come Claudio Tradardi sottolinea nell’editoriale della prima uscita, ci troviamo in un periodo di nuova espansione in Europa della Nintendo (le cui vendite, sebbene in Giappone siano sempre state cospicue, nel vecchio continente sono state recentemente messe in preoccupante crisi dai prodotti Sony), coincidente con la messa in commercio del GameCube. “Parleremo di giochi per le console Nintendo, della storia Nintendo, della storia dei videogiochi e degli autori di videogiochi.”, è così che *NRU* viene introdotta al lettorato dal suo caporedattore.

---

[32] http://www.playpress.com/.

La rivista ha un originale formato quadrato, chiara scelta a braccetto con la forma della principale console di riferimento, ed è il giornale videoludico dalle dimensioni più grandi mai apparso in edicola. Con una grafica piuttosto povera ma ben organizzata, ha una struttura contenutistica non troppo usuale: si apre con "Nintendo World", un insieme di notizie in breve, poi continua con "Most Wanted", lista dei 25 titoli più attesi in arrivo (si tenga del resto conto del fatto che al momento della prima uscita sono disponibili per la console trattata solo una ventina di titoli circa). Le anteprime sono molto numerose, e ciascuna di esse è presentata con un gran numero di foto, un piccolo box riportante il titolo e notizie riguardanti lo stato di sviluppo, infine un breve commento ed un primo giudizio (con scala da uno a cinque) su quanto il gioco sembra valere a prima vista. Questo sbilanciarsi in valutazioni forse premature verrà accantonato dopo pochi numeri. Le recensioni, successive in ordine di foliazione, sono molto approfondite, aiutano il videogiocatore all'approccio al titolo e non lesinano box esplicativi e fotografie di notevoli dimensioni. Il box del giudizio, a forma di medaglia, ad un globale in decimi accompagna voti su eguale scala riguardanti "Tempo" (la cosiddetta longevità), "Sonoro", "Grafica", e "Fattore N" (in pratica un qualcosa tra originalità e controllo/giocabilità). Esse sono divise in una prima ampia parte per GameCube, ed un'altra dedicata al GameBoy

Advance. Successivamente trovano spazio due pagine tra trucchi e soluzioni, un paio di pagine dedicate ai Pokemon, e “Mario Magazine” e “Wario Wagazine” brevi riviste nella rivista, ciascuna delle quali con posta, curiosità, e schede su personaggi tratti dal mondo di Super Mario[33].

La sensazione generale è quella della più dichiaratamente partigiana rivista ufficiale mai vista, con speciali che varcano troppo spesso il confine tra giornalismo vero e proprio e mera pubblicità.

Dopo un anno non particolarmente redditizio in fatto di introiti, il giornale cambia l’ingombrante formato divenendo particolarmente piccolo da enorme che era. La grafica rimane pressoché la medesima, così come i contenuti, ne consegue una rivista un po’ troppo “piena” e confusionaria. Nel corso del 2003 sono introdotte nuove rubriche mentre altre già presenti vedono modificarsi il numero di fogli ad esse dedicate. È istituita una sezione dedicata a novità e stranezze provenienti dal Giappone, e con essa il “Tingle Connection”, ovvero la canonica rubrica dedicata ai giocatori di ruolo. Aumentano notevolmente le pagine con trucchi e soluzioni

[33] Super Mario, o più semplicemente Mario, è un personaggio dei videogiochi Nintendo, inventato nel 1981 da Shigeru Miyamoto. Tra i più conosciuti personaggi creati dalla multinazionale di Kyoto, nonché sua mascotte ufficiale, Mario viene considerato uno dei simboli più famosi della storia dei videogiochi. È apparso in decine di titoli di vario genere, il primo dei quali datato 1981, il coin-op Donkey Kong.

così come quelle che ospitano le due sottoriviste, adesso impaginate a mo' di quotidiano.

Sul finire del 2003 l'imponente crescita numerica in Italia dei possessori di console Nintendo, dovuta ad un sensibile abbassamento dei prezzi sia delle macchine che dei giochi, giova particolarmente alle vendite di *NRU*. A tutt'oggi essa prosegue nelle pubblicazioni, forte dei sorprendenti successi che Nintendo DS e Nintendo Wii (la "terza generazione" Nintendo, rispettivamente di console portatili e di console tradizionali) stanno riscuotendo.

Un'altra rivista arrivata fino ai giorni nostri è *Cube*, risposta di PlayPress alla pubblicazione ufficiale Nintendo targata Future Media. In edicola anch'essa come *NRU* dal giugno '02, *Cube* si occupa soprattutto del GameCube, al tempo tanto atteso. Con Luca Signorini caporedattore, vari corrispondenti dal Giappone, dall'Europa e dagli USA, il nuovo giornale PlayPress si avvale principalmente del contributo dei redattori più legati alla casa editrice romana. La grafica del giornale è piuttosto aggressiva, simile a quella con dominanti arancio/nero adottata in passato da *Nation* e *PC Force* di Xenia, mentre dal punto di vista contenutistico tutto è ben equilibrato: editoriale, foto dei redattori, news, "Game Watch" (lista giochi in uscita), speciali sempre di un certo interesse, nonché un numero notevole di anteprime. Dal punto di vista delle recensioni la PlayPress non inventa niente di

particolarmente innovativo, ed anzi si ha l'impressione di un netto ritorno al passato: ritornano fregi come le medaglie a la *Zzap!*, parametri di valutazione simili alla prima *The Games Machine*, un'esposizione degli aspetti positivi e negativi dei titoli valutati a la *Consolemania*, giudizi finali in decimi. Sono ad ogni modo molto ampie ed approfondite, e corredate da numerose foto particolarmente grandi, personaggi tratti da giochi, e due o più box per ciascuna. La rivista continua con la rubrica "Advance", composta da anteprime per GameBoy Advance, "Nintendo Story", delle pagine retrospettive e celebrative, poi trucchi, posta (solitamente interessante) ed un controeditoriale sempre di Signorini.

In questo caso ci troviamo di fronte ad una testata che per competere con la diretta concorrente adopera soluzioni diametralmente opposte. Laddove *NRU* come abbiamo detto va ben oltre la semplice partigianeria per le console di riferimento, *Cube* palesa in continuazione la sua condizione di giornale scevro da condizionamenti esterni: riporta senza censure di sorta fallimenti commerciali, problemi tecnici, cancellazioni di giochi in sviluppo, insomma un po' tutte le disavventure occorse alla Nintendo nell'ultimo lustro.

Dal numero 17 di dicembre 2003 la rivista cambia formato, ma sebbene più piccola e con una foliazione inferiore riesce a mantenere inalterato il proprio peso contenutistico. Cosi come per la sua diretta concorrente *NRU*, quelli tra il

2003 ed il 2004 sono mesi importanti per *Cube*, nei quali essa riesce ad ottenere un incremento più che discreto di vendite. Con la naturale fine del GameCube e la messa in commercio del suo successore, il rivoluzionario Nintendo Wii, *Cube* cambia pelle e diventa, a partire dal gennaio 2007, l'iper-tecnologico *Revolution Nintendo Magazine*.

Ultime testate cui accenniamo in questo paragrafo sono *X-Box Magazine* e *X-Box Magazine Ufficiale*. La prima, chiamata più frequentemente *XBM*, è anch'essa un giornale PlayPress, e compare in edicola dal marzo del 2002 in contemporanea alla commercializzazione europea della console X-Box di Microsoft. Così come la console di riferimento, *XBM* stenta a decollare, addirittura al punto di provare per ben due volte a cambiar nome. La rivista, che dal settembre 2004 diventa *X-Gamer*, dal dicembre 2005 prende il nome di *360 Magazine X-Box*, e solamente in tempi recenti trova una strutturazione interna ritenuta soddisfacente dalla maggioranza dei suoi lettori.

X-Box Magazine Ufficiale, invece, è una rivista Future riconosciuta dalla Microsoft. Dedicatasi anch'essa di recente alla nuova X-Box 360 (ed assunta quindi la denominazione *X-Box 360 Magazine Ufficiale*), continua a soffrire la scarsa diffusione delle macchine da gioco della casa statunitense.

9.3 – Il “New Games Journalism” in Italia.

Con un intervento su *thefirstplace.it* datato 14 febbraio 2003, Ivan Fulco introduce alcuni interessanti punti di riflessione riguardanti il giornalismo videoludico nel nostro paese. L’articolo è una sorta di manifesto d’intenti riguardante il sito che ospita il testo in questione, posto in parallelo con il celebre “Manifesto del Futurismo” di Filippo Tommaso Marinetti. Tra le righe, volutamente ed ironicamente retoriche, si riesce a cogliere qualcosa d’importante: “Vogliamo esaltare l'innovazione, l'originalità. […] Lo stereotipo, l'intolleranza o l'hype non inquinano e non inquineranno il nostro giudizio. […] Privilegiamo l'approfondimento attraverso i media e attraverso l'interazione nella comunità. […] Fondiamo oggi il "Neovideoludismo", perché vogliamo esaltare il videogioco, le sue forme di espressione e le sue potenzialità, liberandolo dalla sua fetida cancrena di giocatori spocchiosi, di sviluppatori incapaci, di pirati parassiti e di giornalisti incompetenti.”. Una dichiarazione d’intenti, certo, ma anche una critica a quanto si sia letto fino a questo punto sulle riviste qui trattate. L’articolo di Fulco non è un caso isolato: in Italia come all’estero ci si interroga, probabilmente soprattutto in seguito alla generalizzata crisi di vendite delle riviste cartacee, su dove debba andare il giornalismo che parla di videogiochi. Il “New Games Journalism” (NGJ), termine coniato nel 2004

dal giornalista Kieron Gillen[34], è l'interpretazione del giornalismo videoludico che su tutte scaturisce da questo periodo di riflessione. In esso (laddove il vecchio giornalismo si basa sulla ciclica ripetizione di voci-anteprime-recensioni), aneddoti personali, riferimenti ad altri media, oltre che un frequente uso della propria creatività, sono utilizzati al fine di esplorare le meccaniche di gioco, il design e la cultura insita in ogni videogame. Non è un'invenzione ex novo: sul finire degli anni quaranta lo statunitense Truman Capote[35] aveva fatto proseliti con il suo "New Journalism", stile di scrittura a metà tra il giornalismo e la letteratura, e l'NGJ non fa che applicarne gli schemi in ambito videoludico.

La maggior parte degli articoli del New Games Journalism non sono recensioni in senso stretto. Possono essere paragonati neanche troppo alla lontana ad una sorta di giornalismo da viaggio, dove lo scrittore inquadra l'esperienza

---

[34] Il britannico Kieron Gillen è giornalista videoludico, critico musicale, nonché fumettista. Ha lavorato per numerose testate, tra le quali *PC Gamer UK*, *The Escapist*, *Amiga Power*, *Edge*, *Games Developer*, *Gamesmaster*, *PC Format*, *Wired*, e *The Guardian*, per il quale ha scritto la prima recensione completa di un videogioco mai apparsa su di un quotidiano con diffusione di massa. Nel 2000 è divenuto il primo giornalista videoludico a ricevere un riconoscimento dalla Periodical Publishers Association.

[35] Truman Capote (New Orleans, 30 settembre 1924 - Bel Air, 25 agosto 1984) fu uno scrittore statunitense. Redattore della celebre rivista *New Yorker*, oltre che per la sua vita dissoluta ed il New Journalism è famoso per aver scritto "Altre voci, altre stanze", "Colazione da Tiffany" ed "A sangue freddo".

videoludica da un punto di vista del tutto personale, costruendo intorno ad essa una narrazione unica e privata. Essa non indica un’esperienza la quale necessariamente sarà vissuta da qualsiasi altro giocatore che si avvicina al gioco discusso, anzi è il portato di una soggettività massimizzata, in netta opposizione alla pretesa del vecchio giornalismo videoludico di fornire sentenze oggettive.

In realtà non mancano le critiche, che definiscono il nuovo approccio estremamente pretestuoso, poco informativo e più superficiale di quanto esso non voglia far credere. “Il NGJ mi lascia perplesso.”, scrive lo stesso Ivan Fulco. “Al riguardo ho due domande: qual è il problema con le classiche news, anteprime, recensioni et similia? E poi, perché i novizi del giornalismo specializzato spesso sembrano avere così paura del normale giornalismo specializzato? Leggendo *UK Resistance,* mi sono ritrovato davanti a questa definizione di NGJ: - New Games Journalism is a way of writing about games centred around how GREAT the writer is, how long he can write for in one go and how many books he knows about and films he's seen.[36]-. Ho appena spesso di ridere... “.

---

[36] “Il New Games Journalism è un modo di scrivere riguardo i videogiochi centrato su quanto è BRAVO lo scrittore, quanto può essere capace di dilungarsi in una singola recensione, e quanti libri e film conosce”.

9.4 – Un ritorno alle origini.

Apparse in edicola per la prima volta rispettivamente nel settembre del 2003 e nel maggio dell'anno successivo, *Videogiochi2.0* e *WinMagazine Giochi* sono due riviste frutto della spinta rinnovatrice che investe il giornalismo videoludico italiano nel primo lustro del secolo. Con un lettorato interessato alla critica videoludica su carta che va assottigliandosi, esse sperimentano un approccio differente rispetto agli altri giornali del settore loro contemporanei.

Videogiochi2.0, edita da Future Media Italy, è definita dai suoi stessi ideatori come una sorta di reincarnazione, nata con lo stesso titolo della prima rivista italiana di videogiochi e partorita dal medesimo team di redattori che curava *Super Console* (Marcello Cangialosi, Simone Crosignani, Ivan Fulco, Diego Cortese, Matteo Bittanti). "La rivista che non c'era", così come è spesso definita dai suoi giornalisti, è una pubblicazione insolitamente bimestrale e senza allegati di sorta, con l'eccezionale grafica minimale ed una parte di contenuti mutuata da Edge, giornale d'oltremanica da molti ritenuto il miglior prodotto di sempre dell'editoria videoludica mondiale. Non si tratta semplicemente di un ritorno ad un approccio giornalistico più professionale (*Super Console* e *Videogiochi* sono comunque dei rimandi tutt'altro che casuali), ma di una spinta verso l'approfondimento analitico e

la riflessione sul fenomeno culturale videogiochi che non ha precedenti in Italia. La *Zeta* più di nicchia ed "elevata" mai pubblicata, per rendere l'idea, è persino una rivista per un pubblico giovane se confrontata all'ultimo prodotto Future Media. Va da sé che una scelta di contenuti così approfonditi e d'ampia portata escludano ogni forma di verticalità del giornale, il quale si ritrova insieme a *Game Republic* di PlayPress ad essere l'unica pubblicazione multipiattaforma attualmente in edicola.

News, corsivi come quelli di Bittanti, di Albini, di programmatori stranieri nonché addirittura di corrispondenti da quotidiani quali il *The Guardian* o altri comunque di pari rilevanza: lo stile della scrittura e gli stessi contenuti sono di portata accademica, dal target ristretto ed elevato. Non è New Games Journalism, infatti né anteprime né recensioni hanno firme; ogni articolo è "del giornale" e la singola personalità del redattore (eccetto particolari casi) è del tutto posta in secondo piano. Strutturalmente, a parte come già accennato l'innovativa introduzione di corsivi, il giornale non trascura le canoniche anteprime (a differenza di quelle su altre testate però qui mai volte al facile sensazionalismo), né soprattutto degli speciali d'approfondimento, vero cuore della pubblicazione, su personaggi inerenti al mondo videoludico, su hardware, software, filoni di videogame e quant'altro. Le recensioni di *VG2.0* si attestano mediamente intorno alle due

pagine di lunghezza, con foto eccezionali in bellezza e dimensioni. Non bisogna ad ogni modo lasciarsi trarre in inganno da tutto questo: il corpo del loro testo è comunque particolarmente ampio ed esauriente, in quanto da una parte il formato della rivista è di notevoli dimensioni, dall'altra i caratteri utilizzati sono di grandezza contenuta. I voti, la cui presenza in una pubblicazione di questo tipo lascia quasi sorpresi, riguardano soltanto il titolo nella sua globalità, e risultano severi e sono in una semplice scala in decimi. Il giornale prosegue con una rubrica sui giochi del passato e sulle novità in Flash che circolano in rete, mentre manca l'angolo epistolare, probabilmente ritenuto non idoneo al brand.

Come abbiamo già accennato, *Videogiochi2.0* è in edicola tutt'oggi, nel gennaio 2007. Data la sua natura non ha mai avuto una tiratura particolarmente rilevante, eppure non si può trascurare il fatto che un esperimento simile e persino meno estremo, l'ultima *PCZeta*, abbia patito solo pochi anni prima una sorte decisamente meno felice. L'utenza è sicuramente maturata nel frattempo, e soprattutto la facile reperibilità on-line di notizie riguardanti i videogiochi ha reso le riviste d'approfondimento una delle forme più utili e funzionali di giornalismo videoludico su carta.

WinMagazine Giochi, di Edizioni Master, è diversamente da *VG2.0* un giornale dedicato esclusivamente ai

videogiochi programmati per Personal Computer. La sua impostazione è sotto certi aspetti simile a quella della rivista Future sopraccitata, sebbene alcune importanti differenze ne facciano una pubblicazione di tutt'altro tipo. Essa, infatti, se da un lato vuole fare dell'obbiettività e dell'approfondimento delle recensioni il suo punto di forza, dall'altro ricerca un target più occasionale che elevato, il casual-gamer[37], si potrebbe dire.

WMG si apre con il classico editoriale, in questo caso redatto in toni molto colloquiali da Alessandro Apreda, comprensivo di caricature a piè pagina dei redattori. Seguono le news. La grafica è al tempo semplice ma volutamente chiassosa, dai pochi colori e con titoli e box di grandi dimensioni. Trova posto nelle pagine seguenti una sorta di riepilogo delle uscite videoludiche del mese, addirittura con un calendario che ne riporta la data giorno per giorno. Le anteprime, chiamate "Reportage", sono in parte differenti rispetto a quanto non si sia soliti leggere: oltre a trattare del gioco in uscita si soffermano particolarmente sugli autori, spesso protagonisti di lunghe ed approfondite interviste. Le recensioni, che seguono, sono il cuore della rivista, nonché l'elemento maggiormente caratterizzante. Corredate di numerose foto e box, esse si contraddistinguono per l'inedita

[37] Il casual-gamer è un videogiocatore occasionale. Si può considerare antitetico rispetto all'hardcore-gamer.

concretezza, fornendo spesso istruzioni riguardanti l'installazione o la meccanica del gioco trattato, o anche analizzando a fondo il sistema di controllo (i controller supportati, i tasti utilizzati, eccetera). Il sistema di valutazione dei titoli in sede di recensione è "scientifico" quanto complesso: per ogni parametro valutato ("Grafica", "Sonoro", "Controllo", "Longevità") si considera un valore rappresentate il "peso" che il voto sul parametro in questione esercita sul globale. Una simile suddivisione avviene anche all'interno del singolo giudizio sul parametro, dove ad essere "pesate" sono però le prestazioni di ogni comparto del videogioco su PC dalla diversa configurazione Hardware. "Il giudizio che ne consegue ti indirizzerà nella scelta del titolo più vicino ai tuoi gusti e adatto alle potenzialità del tuo computer.", recita la pagina web del giornale[38], ma in verità l'impressione generale è di un'ostentazione di accuratezza davvero superflua ed in parte anche fuorviante: lascia perplessi l'eccessiva importanza data alle performance dei giochi su PC dalla configurazione datata, o anche semplicemente l'opinabile attribuzione dei diversi "pesi" (si pensi che da solo, il parametro "Grafica", incide al 40% sul giudizio globale). Dopo le recensioni il magazine da spazio a confronti fra più giochi dello stesso genere, dei quali alla fine viene stilata una graduatoria. A

[38] http://www.edmaster.it/.

solitamente un paio di pagine di recensioni in breve, succede una rubrica epistolare semplice e ben fatta, caratterizzata da lettere né lunghe né banali, le riflessioni degli autori delle quali sono di volta in volta stimolate da interrogativi che numero dopo numero è la stessa rivista a porre loro. Seguono numerose pagine di trucchi e soluzioni, recensioni hardware molto aggiornate, un listino (dall'aspetto quasi commerciale) delle ultime uscite con commento e prezzo riguardante ogni titolo, poi una classifica dei giochi più venduti per PC e console nonché dei più giocati in redazione. Dopo due pagine di descrizione del gioco o anche di CD/DVD allegati (esce infatti in 3 versioni), chiude il giornale un controeditoriale di Ivan Fulco, già autore di simili corsivi sul *Corriere della Sera*.

CAPITOLO 10: IL GIORNALISMO VIDEOLUDICO ON-LINE.

10.1 – Le prime riviste estere sul web.

Come abbiamo più volte accennato, la principale causa della crisi del giornalismo videoludico su carta degli ultimi anni è il successo riscosso da pubblicazioni in rete, quasi tutte gratuite, concernenti il medesimo argomento. Sebbene Internet si sia diffusa capillarmente nel nostro paese soltanto sul finire degli anni ’90, all’estero, e principalmente negli USA, il bacino di utenza del web è degno di nota fin dai primi anni del decennio scorso.

Il primo magazine di videogiochi con una regolare pubblicazione sul web è *Game Zero Magazine*, pubblicato in rete per la prima volta nel novembre del 1994, seguito poi da *Intelligent Gamer On-line* nell’aprile dell’anno seguente, entrambi curati da redazioni d’oltremanica. Mentre il primo cessa ogni attività sul finire del 1996 ed è tuttora consultabile come archivio, *IGO* viene abbandonato ne febbraio del ’96 dai suoi editori, che spostano la propria attività verso pubblicazioni cartacee comunque concernenti i videogiochi[39].

---

[39] http://it.wikipedia.org/.

La rete in quegli anni è naturalmente un media (se così la si può definire) piuttosto acerbo per qualsiasi pubblicazione con soddisfacenti pretese di diffusione, ed è alla luce di questo che si spiega un fenomeno oggi improbabile quale il passaggio di un editore da una pubblicazione web ad una cartacea.

10.2 – La nascita del fenomeno in Italia.

Se all'estero le riviste videoludiche on-line si configurano immediatamente come dei magazine veri e propri, con tanto di editori alle spalle, in Italia esse nascono con uno spirito più simile a quello tipico delle fanzine. È intorno alla metà del '95, infatti, che accomunati dalla passione per i videogiochi e dalla capacità di programmare in Html, un esiguo gruppo di ragazzi appronta e mette in rete *Ludus*, esperimento a metà strada tra un piccolo portale ed una fanzine/rivista con l'intrattenimento videoludico come tema. Nei mesi successivi è un fiorire di operazioni simili, tutte mosse semplicemente dalla voglia di incontrare altri videogiocatori e discutere del proprio passatempo.

Qualcosa cambia a partire dall'estate del 1996, quando a muovere i suoi primi passi in rete, così come abbiamo già ampiamente riportato nel capitolo 4, è *Zzap!*, gloriosa testata Xenia. Non è una novità di poco conto: per la prima volta,

sebbene fra mille ripensamenti ed errori di valutazione, un editore si impegna concretamente in un progetto di rivista presente solo su Internet ed a titolo gratuito. Come abbiamo già avuto modo di vedere, sebbene non sarà un successo duraturo, *Zzap!* apre la strada ad un'importante "professionalizzazione" del giornalismo videoludico su web.

Essendo l'universo delle pubblicazioni videoludiche on-line in continuo movimento, risulta davvero impresa improbabile una sua disamina in breve secondo criteri cronologici. Si è quindi in questa sede, per quanto riguarda pubblicazioni attualmente reperibili su Internet, preferito una classificazione secondo le quattro principali tipologie di riviste su web identificate: fanzine o simili, magazine, portali, ed infine magazine integrativi dei corrispettivi cartacei.

10.3 – Le fanzine on-line.

Le fanzine sono riviste amatoriali, senza alcuno scopo lucrativo, portate avanti da appassionati del settore non professionisti. Ne riportiamo, tra il marasma di esperimenti simili (molti dei quali di valore giornalistico scadente), quelle maggiormente significative in quanto a contatti giornalieri ed originalità di impostazione e contenuti.

Nata addirittura nel 1996, *Gameplus*[40] è certamente la più longeva fanzine tuttora in aggiornamento. Dalla grafica piuttosto spartana, essa è parte integrante di una rete di siti (Plusnetwork) dai molteplici argomenti, ed è impostata più che altro come una sorta di community, al punto da richiedere una registrazione (gratuita) per l'utente che voglia consultarne i contenuti. Presenta news, recensioni e speciali come un comune giornale su carta, ed alcuni suoi redattori si sono mostrati validi al punto da venire assunti da titolate riviste quali *PSM* o *PSMania3.0*. Sebbene la pagina di presentazione reciti ancora testualmente "forniamo notizie aggiornate 24 ore su 24, *Gameplus* è uno dei siti più visitati nel panorama dell'informazione digitale indipendente", la rivista negli ultimi anni ha perso smalto nella frequenza degli aggiornamenti nonché gran parte del suo pubblico. Le resta ad ogni modo un forum davvero molto frequentato e ricco di spunti interessanti.

Arcadia Club[41], noto anche come *AAC*, nasce invece nel 1999. Dall'aspetto grafico finanche troppo spartano, si presenta principalmente come database di videogiochi vecchi e nuovi, oltre che di trucchi ad essi relativi. "Le nostre recensioni vogliono essere chiare e comprensibili", recita la pagina di presentazione, "al fine di [...] analizzare, con severi e rigorosi metodi di valutazione, la giocabilità dei singoli titoli

[40] Cfr. http:/www.gameplus.it/.
[41] Cfr. http:/ www.arcadiaclub.com/.

da noi recensiti. Oltre a tutto ciò *AAC* offre ai suoi visitatori una consistente risorsa di cheat, trucchi e speciali". Effettivamente il sito è ricco di complete e dettagliate descrizioni dei videogiochi più famosi, valutati a la *TGM* per "Grafica", "Sonoro", "Giocabilità", "Carisma" e "Longevità", nonché di giochi amatoriali. A tutto questo si aggiungono speciali, non particolarmente pertinenti, riguardanti argomenti di presunto interesse giovanile come fumetti o extraterrestri, oltre che un'utile sezione "Download", all'interno della quale è possibile scaricare gratuitamente giochi in Flash o emulatori di coin-op e vecchie console. Anche in questo caso, del resto come vedremo sarà caratteristica comune un po' a tutte le pubblicazioni di questa tipologia, è presente un forum in cui si discute degli argomenti più disparati (qui addirittura, oltre che naturalmente di videogame, anche di disegno, fotografia, paranormale, cultura, sport, problemi sentimentali…).

Games4Mac[42], creato ufficialmente il primo marzo del 2000, è il primo ed unico sito esclusivamente dedicato ai videogiocatori in possesso di computer Apple Macintosh. Dalla grafica minimale ed in linea con quella dei prodotti Mac, anch'esso è organizzato in modo non dissimile da una rivista su carta: una sezione news è aggiornata giorno per giorno, oltre che accompagnata da altre tre aree d'informazione,

---

[42] Cfr. http:/www.games4mac.it/.

dedicate a recensioni, anteprime ed infine a tutta una serie di articoli d'approfondimento su argomenti ritenuti di particolare importanza ed attinenza. Ciò che fa di *Games4Mac* un sito di successo è però la sezione dedicata al download degli aggiornamenti per giochi già commercializzati, che offre in esclusiva delle localizzazioni nella nostra lingua, ad opera degli stessi webmaster, di titoli di enorme successo quali Age of Empires, Caesar 3, Sid Meiers Alpha Centauri, Baldur's Gate, Rainbow Six, The Sims, o anche Civilization 3. Il "Forum4Mac", altra sezione importante del sito, è indiscutibilmente il principale punto di ritrovo della comunità italiana dei videogiocatori Mac, e conta più di 600 utenti registrati. Da esso spesso parte l'organizzazione di eventi straordinari quali tornei, fiere ed iniziative di vario genere. Facendo comunità lì dove c'era un'utenza slegata e poco nutrita, di certo questa sorta di fanzine si è ritagliata con il tempo un numero di contatti giornalieri cospicuo, e tutt'oggi in forte crescita.

Anche *PS2Storm*[43] è dedicata ad una macchina specifica (in questo caso PS2 di Sony). Nata sul finire del 2002, questa fanzine on-line, dalla grafica decisamente amatoriale, si propone più che altro come una community. Le recensioni presenti sul sito sono principalmente opera degli utenti, e non

[43] Cfr. http://www.ps2storm.com/.

si discostano troppo da semplici impressioni personali. Al di là del forum piuttosto frequentato e del fornito database di trucchi, è un'altra la caratteristica del sito che colpisce maggiormente: "Non importa se ci mandi solo 1 €", recita la homepage, "anche una piccola donazione può aiutarci. Tutti i ricavati saranno utilizzati per le spese di gestione del sito e per garantire un futuro ricco di nuove funzionalità che renderanno sempre più coinvolgente la community di ps2storm!". Una sorta di fanzine a sottoscrizione libera, quindi.

Ultime due fanzine su web che tratteremo in questo paragrafo sono *Press Start Gametown*[44] e *Retrogames*[45], entrambe con delle peculiarità ancora più marcate rispetto a quelle dei siti fin qui citati. *Press Start Gametown*, nata soltanto nei primi mesi del 2006, è una community con un'impostazione grafica simile a quella di un blog. Si può considerare una sorta di metarivista: raccoglie le recensioni dei siti più titolati in Italia e ne fa una media dei voti. Fornita di un archivio di trucchi e vecchie recensioni, oltre che di un forum (ancora poco frequentato), e di una sezione classifiche (con la media voto dei giochi), da grande risalto alla sua storia, della quale riportiamo qui uno stralcio: "A gestire questo sito è Luca Sinopoli. […] Nel lontano 1999 è stato il fondatore di uno dei più anziani siti Internet italiani dedicati al videogioco,

---

[44] Cfr. http://www.gametown.it/.
[45] Cfr. http://www.retrogames.it/.

Press Start. Notato da *Multiplayer.it*, […] una delle più importanti realtà italiane del settore, ne è diventato il Senior Editor. Con il passare del tempo le strade di *Multiplayer.it* e il creatore di *Press Start* si sono divise. […] A sei anni di distanza una nuova avventura è cominciata. “.

Retrogames, sito che abbiamo ritenuto di lasciare per ultimo data la sua natura del tutto particolare, è sicuramente uno dei progetti di maggiore interesse e spessore dell’editoria amatoriale su web in Italia. Semplicissimo nella grafica, esso è del tutto dedicato alla pratica del retrogaming. Con tanto di metro valutativo anch’esso retrò (i giudizi infatti spaziano dal “nefasto” all’”eccelso”, passando per “insulso”, “dignitoso” ecc.), il sito esamina giochi di ogni tempo e di ogni piattaforma del passato: Amiga, C64, Intellivision, PC Engine, GameBoy, NES, SNES, Megadrive, Saturn, PlayStation, N64, DreamCast. La passione con cui sono scritte le recensioni è davvero lodevole, così come lo sforzo di mantenere un certo critico distacco di fronte a prodotti la nostalgia dei quali potrebbe alternane la valutazione. Oltre a speciali su giochi da bar, console particolari, o addirittura una straordinaria raccolta delle colonne sonore dei videogiochi del passato, il sito ospita anche delle interviste a personalità del settore degne di nota: Chris Huelsbeck, Manfred Trenz, Martyn Brown, Matteo “MBF” Bittanti, Mirko "TMB" Marangon, Nicola Tomljanovich sono solo alcuni dei nomi di spicco le cui

opinioni, spesso espresse in tono demenziale ed a tema con l'impostazione del sito, trovano spazio tra queste riuscite pagine web.

10.4 – Magazine videoludici on-line.

Un giornalismo meno amatoriale e con fini di lucro più manifesti, sebbene si parli sempre di giornali consultabili gratuitamente, è tutto ciò che differenzia i magazine in rete dalle fanzine. Escluderemo dall'elencazione dei principali siti di questo tipo le pagine ufficiali dei produttori di console: al contrario dei corrispettivi cartacei, anch'essi ufficiali, queste sono troppo schierate e "pubblicitarie" per essere considerate informazione.

Partiamo dal già citato *Ludus*[46], il primo sito italiano a trattare di videogame, nato come fanzine addirittura nel lontano 1995 ed attivo e in aggiornamento ancora oggi. Senza troppi fronzoli contenutistici, con un numero finanche eccessivo di banner pubblicitari ed una grafica ridotta ai minimi termini, ha come sua peculiarità e punto di forza il fatto di mettere a disposizione nell'area "Download" non soltanto filmati e patch, quanto giochi completi di un passato

[46] Cfr. http://www.ludus.it/.

neanche troppo remoto. Forte di una permanenza in rete che ha dello straordinario, continua ad avere, come testimonia un forum interessante e frequentato, un numero di accessi giornalieri degno di nota.

EveryEye[47], sottotitolato "Eyes on Digital Entertainment", è un sito dalla grafica molto complessa e con numerosissime animazioni in Flash, davvero bella da vedere, per quanto piuttosto scomoda. L'impostazione generale prevede una suddivisione per console delle varie rubriche: notizie, articoli, recensioni, anteprime, speciali, guide, editoriali, nonché i vari eventi con cadenza annuale che caratterizzano il mondo dei videogiochi. Il forum è tra i più frequentati del settore in Italia, con le sue 14000 visite giornaliere ed i picchi di 550 utenti contemporaneamente connessi. Stiamo, è il caso di sottolinearlo, parlando di uno dei magazine on-line più prestigiosi in assoluto: ne sono evidente dimostrazione le collaborazioni con Microsoft per l'organizzazione di tornei di giochi X-Box, con FNAC, con la testata del TGCOM di Mediaset, con importanti aziende legate al mondo dei videogiochi, così come i riconoscimenti ottenuti negli ultimi anni anche da quotidiani nazionali quali *La Gazzetta del Mezzogiorno* ed *Il Sole 24 Ore*. "*EveryEye* è un progetto nato dalla passione per i videogiochi dei suoi creatori.

---

[47] Cfr. http://www.everyeye.it/.

In 5 anni, da un piccolo sito amatoriale, si è trasformato in uno dei primi portali italiani dedicati all'intrattenimento videoludico. […] Nel mese di dicembre 2005 il numero di contatti giornalieri ha superato la media di 21000 visitatori per un totale di circa 9 milioni di pagine viste al mese". Naturalmente una tale popolarità ha spinto quello che era un sito amatoriale verso una certa commercializzazione, da qui l'esplicita identificazione, per gli inserzionisti, del proprio target di riferimento: "I nostri utenti [hanno] dai 10 ai 22 anni. […] Benestanti economicamente, possessori di più di una console, sono anche addetti ai lavori (redattori di riviste cartacee, editori, rivenditori), […] persone esperte nell'uso del computer, fortemente interessate al mondo dei videogiochi ed alle nuove tecnologie, […] immuni da quella diffidenza che attanaglia il navigatore medio, solitamente meno legato all'e-commerce.".

Anche *Multiplayer.it*[48] ricopre una posizione di rilievo tra i numerosissimi siti videoludici esistenti. Oltre ad essere una community particolarmente attenta all'aspetto multiplayer dei videogiochi, sua caratteristica fondante, si pone come vera e propria rivista on-line. Nato nel febbraio del 1999, fin dal 2000 è presente ad importanti eventi del settore nazionali e non, come il FuturShow di Bologna, lo SMAU di Milano,

[48] Cfr. http://www.multiplayer.it/.

l'ECTS di Londra, nonché l'E3 di Los Angeles. Dall'inizio del 2003 parte la registrazione gratuita degli utenti per la fruizione dei contenuti (raggiunge l'enorme cifra di 100000 iscritti in pochi mesi), mentre dalla primavera dello stesso anno alcune sue aree, definite "Premium Gold", diventano a pagamento. Sul finire dell'anno, tra i proventi ottenuti con le registrazioni "Premium", quelli relativi ad un canale e-commerce da poco attivato, ai banner pubblicitari ed all'ingresso nell'editoria cartacea con una linea di guide strategiche ufficiali, *Multiplayer.it* diviene il sito videoludico in linea dal bilancio economico maggiormente in attivo. Tutt'oggi organizza tornei, si dedica a tutte le piattaforme videoludiche sul mercato, ed offre ai propri utenti download, un forum, l'area e-commerce (vende giochi, libri, fumetti, action figures, hardware, merchandising), giochi in Flash gratuiti, e recensioni di discreta fattura.

Al sito *Nextgame.it*[49], per la prima volta on-line nel 1999 con il nome *Games on-line*, abbiamo già accennato a proposito dell'ultimo periodo di vita della rivista cartacea *Zeta*/*PCZeta*. Primo lavoro del service GamesIdea (che ricordiamo essersi formato principalmente grazie a Tiziano Toniutti ed al canale IRC #zeta), è attualmente legato al quotidiano *Il Sole 24 Ore*, e tratta tutte le macchine

[49] Cfr. http://next.videogame.it/.

videoludiche presenti sul mercato. Una copertina, anteprime, recensioni, speciali, una rubrica hardware, delle gallerie fotografiche, trucchi, opinioni, forum, tutto inserito in un contesto grafico di primissimo piano: con alle spalle una considerevole esperienza, la gestione di più riviste cartacee ed un editore di rilievo, *Nextgame.it* è un magazine attivissimo, tra i più visitati e tra i più riusciti fra quelli presi qui in esame.

InizioPartita[50], o anche *iP*, nasce nel 1999 e cresce costantemente fino al giorno d'oggi, sia in fatto di contatti che di qualità dei contenuti presenti. Recensioni, anteprime, news, trucchi, speciali, classifiche, download gratuiti di giochi in Flash, concorsi, un forum: il sito, multipiattaforma, presenta un po' tutto ciò che abbiamo fin qui visto nei migliori magazine di questo tipo. La differenza sostanziale con la concorrenza è nella politica editoriale: "La linea che si è cercato di seguire nel corso degli anni è stata quella di offrire al consumatore un prodotto che andasse anche al di là delle esigenze minime e che, a differenza della concorrenza cartacea e non solo, fosse quotidianamente aggiornato e completamente gratuito. […] Si è deciso di puntare sulla serietà e sulla precisione a discapito della velocità di pubblicazione.". È l'inizio di una sorta di professionalizzazione di questo tipo di giornalismo anche sul web. Dal 2004 il sito ottiene maggiore

[50] Cfr. http://www.iniziopartita.it/.

visibilità, questo in virtù dell'accordo con uno dei più grandi portali italiani, Excite. *InizioPartita*, tra le altre cose, è probabilmente uno dei web magazine che dedica più importanza al feedback proveniente dal proprio lettorato. I numerosi spazi per i commenti dei lettori messi a disposizione, così come il continuo interscambio di opinioni tra redattori e utenti all'interno del vivace forum, non ne sono altro che una conferma.

ConsoleNetwork[51], invece, è un sito del tutto votato alle console. Nato nel maggio del 2001 da un'idea dei fratelli Martinelli, semplici appassionati di videogiochi, dopo qualche anno di difficoltà e scarsa visibilità diventa un punto di riferimento importante per la comunità italiana di videogiocatori. Avvalendosi oramai di valenti firme impegnate anche su riviste cartacee (si pensi ad esempio a Giacomo Castaldi, già collaboratore di *Nation*, *NRU*, *X-Box Magazine Ufficiale* e *PSM*), nel dicembre del 2005 *ConsoleNetwork* cambia notevolmente sia dal punto di vista grafico che strutturale, raggiungendo una ragguardevole ricchezza contenutistica. Rubriche sui prodotti del momento ("In primo piano"), notizie provenienti dal Giappone, stralci di riviste videoludiche orientali, archivi di recensioni, speciali, anteprime, recensioni degli utenti, classifiche stilate in base

---

[51] Cfr. http://www.consolenetwork.com/.

alla media tra i voti di utenti e giornalisti del settore, un forum tra i più frequentati in Italia, insomma il sito in questione è una rivista di videogiochi a tutto tondo. Anche dal punto di vista del marketing: “Abbiamo stilato un profilo generico dell'utente che visita *ConsoleNetwork*: […] appassionati, professionisti del settore o persone alla ricerca di informazioni per semplificare il proprio lavoro. […] Individui di sesso maschile di cultura medio-alta ed età compresa fra i 15 ed i 45 anni. […] Pianificare una campagna pubblicitaria su *ConsoleNetwork* significa, quindi, veicolare i propri messaggi verso un pubblico selezionato ed interessato.”.

Anch’esso on-line a partire dal 2001, *GameStar*[52] è un altro sito di una certa importanza. Provvisto di tutte le più interessanti rubriche già ritrovate nei siti visti in precedenza, e di recensioni con votazioni in centesimi degne delle migliori riviste cartacee, esso ha la peculiarità di offrire ai suoi iscritti una sorta di newsletter/giornale quotidiano con le notizie più aggiornate.

Uno dei siti videoludici più particolari ed influenti degli ultimi anni è ad ogni modo *The First Place*[53], nato nel 2004 sotto la direzione di Ivan Fulco. Più analisi del fenomeno culturale videogiochi che non database di recensioni, fin dalla grafica rimanda alla carta stampata. *TFP* è linkato agli

[52] Cfr. http://www.gamestar.it/.
[53] Cfr. http://www.thefirstplace.it/.

“Overgame” di Ivan Fulco su *La Stampa*, così come al blog di Matteo Bittanti, a *The Zero Place* (blog del sito), alla pagina web di *Videogiochi2.0* ed a numerose pagine dedicate a libri che trattano di videogiochi. Sito di cultura del videogioco, esso ospita approfondimenti (saggi, tesi, opinioni), e contenuti alternativi (fumetti, racconti, diari). Dall'inizio del 2006 abbandona gli articoli off-topic, ad eccezione dei contenuti cinematografici, questo pur continuando ad essere un contenitore culturale volutamente caotico che “privilegia le idee piuttosto della forma”[54]. La stretta connessione tra il sito ed altri giornali (peraltro dalla simile impostazione contenutistica) si spiega facilmente: il The First Place Service è un service giornalistico che cura non solo il sito qui trattato, ma collabora anche con *VG2.0*, *WinMagazine Games*, ed in generale con Edizioni Master, Kappa Edizioni e Costa & Nolan.

Da dicembre 2001 *PlayStationPeople*[55] è uno spazio web dedicato al mondo delle console di casa Sony. L’approccio è dichiaratamente “diretto e confidenziale”, e tende a coinvolgere particolarmente i visitatori nei giudizi dei titoli. “Gli addetti ai lavori”, recita in modo opinabile la pagina di presentazione, “sono [parte di] una categoria ed esprimono valutazioni soggettive […]; i videogiocatori

---

[54] Ivi, cit.
[55] Cfr. http://www.playstationpeople.com/.

appartengono, invece, alla massa, ed il loro giudizio, spesso molto più schietto, si discosta da quello espresso da riviste e mezzi d'informazione.”. Dalla grafica estremamente minimale, il sito ha sezioni per giochi in uscita, rubriche, lettere e commenti degli utenti, un editoriale, per le date di pubblicazione dei nuovi giochi, per un database di vecchi giochi, news, ed infine per le classifiche dei migliori e peggiori titoli, stilate queste in base alla media dei giudizi lasciati dai visitatori. La distanza contenutistica e di approccio fra *PSP* ed il precedentemente citato *The First Place* è esemplificativa delle due principali scuole di pensiero (caratterizzanti la quarta fase) d’attualità nel giornalismo videoludico: da una parte la simpatia, la partecipazione e un’aura amatoriale, dall’altra la ricerca della dignità critica e dell’approfondimento.

10.5 – Le pagine videoludiche dei maggiori portali italiani.

Sul finire degli anni ’90, con l’ulteriore diffusione di massa del fenomeno videoludico, numerosi portali web di notevole importanza iniziano a proporre pagine relative ai videogiochi. In Italia, come abbiamo già avuto modo di vedere, il primo tra questi è *KataWeb*, le cui pagine

videoludiche sono on-line a partire dagli ultimi mesi del ’99. L’esperimento, gestito dallo Studio VIT con un approccio ancora troppo poco lontano dal giornalismo videoludico su carta, dura poco più di un anno.

Più di recente sono le pagine di *Alice*, *Yahoo* e *Lycos* ad occuparsi in apposite sezioni del divertimento elettronico. *Alice*, portale nato soltanto nel 2006 dalla fusione di *Virgilio*, *InWind* e *Rosso Alice*, offre tra tutti i siti citati una delle rubriche meno ricche[56]. Essa è suddivisa in “Gallery” (foto di giochi, ma anche dei party che si tengono in occasione di fiere o di lanci di titoli importanti), “Sal@giochi” (ampia scelta di giochi in Flash), ”Videogiochi” (classifiche e recensioni descrittive ed acritiche), e le immancabili “News”. *Lycos*[57] aggiunge ad un’impostazione molto simile delle sezioni dedicate alle recensioni hardware ed al retrogaming, sebbene le prime siano, per quanto molto approfondite e ben fatte, piuttosto infrequenti. Infine riportiamo *Yahoo*, secondo portale più famoso al mondo, che dal 2006 si occupa anch’esso di videogiochi[58]. La sezioni relativa ha una grafica superlativa, è molto completa nei contenuti, e lavora in strettissima connessione con *EveryEye*, del quale pubblica numerosi articoli.

---

[56] Cfr. http://giochi.alice.it/home/index.html?pmk=HPcan.
[57] Cfr. http://giochi.lycos.it/.
[58] Cfr. http://it.games.yahoo.com/.

Diversa la situazione di *Zapster* e *Giovani.it*. Il primo è sì anch'esso un portale generalista, ma incentrato soprattutto su cinema, televisione e DVD video. La sua sezione videogiochi[59] è ad ogni modo ricca, presenta aggiornate novità ed un notevole database di giochi di oggi e di ieri. Le recensioni, discretamente approfondite, sono comprensive di una scheda riassuntiva contenente la sintesi del gioco, i pro, i contro, le sue richieste hardware, ed infine il giudizio in centesimi su "Giocabilità", "Durata", "Audio", "Video", "Confezione" e "Totale". *Giovani.it*, portale come si può facilmente intuire dedicato alla cultura giovanile, ha anch'esso la sua interessante pagina dedicata ai videogame[60]. Se dal punto di vista delle recensioni e delle news l'approccio generale è decisamente amatoriale, la rubrica presenta comunque un interessante e frequentato forum e dei blog a tema di alcuni utenti.

Merita infine una citazione, sebbene non si tratti di vera e propria rubrica di un portale, la pagina videoludica interna al sito del *Corriere della Sera*, dal nome *Pixel*[61]. È sicuramente, in linea col blasone del quotidiano di riferimento, una delle pagine web del settore più seria ed attendibile. In generale, *Pixel*, attribuendo grande importanza all'analisi delle news più

---

[59] Cfr. http://www.zapster.it/.
[60] Cfr. http://giovani.it/videogiochi/.
[61] Cfr. http://www.corriere.it/Primo_Piano/Scienze_e_Tecnologie/Pixel/

che alle recensioni, si configura soprattutto come una pagina di approfondimento.

10.6 – I siti web delle principali riviste cartacee.

A completamento dei loro magazine cartacei, le principali testate videoludiche italiane si sono negli ultimi anni fornite di siti Internet integrativi, capaci di offrire ulteriori contenuti al lettorato e, creando community con mezzi come forum e chat, di fidelizzare il più possibile il proprio bacino di utenza.

Il più frequentato sito videoludico italiano è in effetti proprio tra quelli che siamo qui ad analizzare: si tratta di *Tgmonline.it*[62]. Attivo dal 15 settembre del 2001, esso ha accresciuto le sue potenzialità e la sua utenza costantemente negli ultimi 5 anni. Dopo il passaggio della testata cartacea da Xenia a Future Media è stato integrato agli altri siti dei giornali Future, soluzione che permane tuttora nonostante il passaggio a Sprea. Il sito è impostato come una sorta di rivista a sé stante. Presenta un editoriale settimanale su argomenti d’attualità, news giornaliere, un costante scorcio sul numero di *The Games Machine* in lavorazione, download di demo, patch,

[62] Cfr. http://tgmonline.futuregamer.it/.

giochi in Flash e filmati, sondaggi, una sezione dedicata al multiplayer ("Fragzone", con mod scaricabili, tornei, news connesse), Tornei…), un'area reportage, un mercatino, una sezione di recensioni in breve da approfondire sulla rivista cartacea e di recensioni dei lettori, il "Talent Zone" con giochi amatoriali, poi una chat ed un forum. Quest'ultimo è di certo tra i fiori all'occhiello di *Tgmonline.it*: luogo di discussione senza dubbio più frequentato del settore, esso si occupa degli argomenti più disparati, dai videogiochi in generale ai generi videoludici per eccellenza, dai titoli del momento alle saghe più importanti, dall'informatica al cinema, dallo sport alla politica. Addirittura non è inusuale la nascita al suo interno di fanzine a tutti gli effetti, così come è stato ad esempio con *IO TGM*[63], redatta da utenti del forum tra il 2004 ed il 2006. Interessante infine l'area "TGM Silver Club", sezione riservata ai lettori di *TGM* in versione CD-ROM o DVD. È in effetti l'unica area che si potrebbe, anche se in modo non del tutto corretto, definire "a pagamento" del sito.

Di importanza pari è il sito direttamente concorrente, *Gamesradar.it*[64], in linea dal 2002. A lungo tempo affiliato a Microsoft Network e punto di riferimento on-line delle riviste Future Media Italy, di recente (ultimi mesi del 2005) si è distaccato dal portale della società di Bill Gates ed è anch'esso

[63] Cfr. http://forumtgmonline.futuregamer.it/vb/forumdisplay.php?f=122
[64] Cfr. http://gamesradar.futuregamer.it/.

passato dalla supervisione di Future a quella dell'editore italiano Sprea. Dalla grafica accattivante, per quanto riguarda i contenuti il sito in questione è al passo con quello di *TGM*. La scelta operata in fase di impostazione risulta molto funzionale: anziché suddividersi in sezioni relative alle varie testate, *Gamesradar.it* ha categorie relative alle macchine trattate (PC, X-Box, Sony, Nintendo). Con una homepage da vero e proprio notiziario, approfondendo la navigazione esso offre notizie, recensioni (tutte in breve, dalla consultazione veloce), anteprime, speciali, forum, classifiche. Anche in questo caso il forum è ricchissimo per utenza ed argomenti trattati.

Infine, abbiamo *Psmania.it*[65] e *Gamerepublic.it*[66], siti gestiti dalla PlayPress e relativi alle sue principali testate. Il primo, strettamente connesso con *PSMania3.0* e principale pagina web della casa editrice, funziona più che altro come una community ed ha un target piuttosto giovane. Offre ad ogni modo news, anteprime del numero in edicola della rivista su carta, extra, reportage, interviste, giochi da scaricare o da acquistare ("PSMania Games"). *Gamerepublic.it* è invece di pubblicazione più recente, datata 2006. Dalla grafica molto aggressiva e con caratteri in stile giapponese, offre, oltre alla maggior parte dei contenuti tipici più volte riportati, una web-

---

[65] Cfr. http://www.psmania.it/.
[66] Cfr. http:/www.gamerepublic.it/.

TV in streaming (GR-TV) con video registrati sulle notizie del momento.

CONCLUSIONI.

Abbiamo quindi, descrivendo infine una quarta fase in corso ancora oggi, concluso la nostra analisi storica del giornalismo videoludico italiano. Esso, che aveva un pubblico di riferimento decisamente di nicchia nei primi anni ’80, è come abbiamo visto esploso sul finire del decennio successivo, trainato principalmente dall’affrancarsi, da parte del fenomeno videogiochi, da quei pregiudizi che lo descrivevano come un passatempo per asociali e disadattati.

Forma di intrattenimento ed espressione culturale a tutto tondo, molto spesso vera e propria forma d’arte, i videogiochi sono da una parte divenuti frutto di produzioni seriali e massificate, dall’altra, comunque in segmenti di mercato d’importanza anche meno che secondaria, sperimentazioni spesso degne di studi e d’interessi accademici. Con essi è cambiata di riflesso anche la relativa “critica”. Prima è cresciuta d’importanza, fino ad esplodere (anche in virtù di diminuiti costi produttivi) in una costellazione di periodici dal target fortemente diffenziato nonché definito, poi ha subito un riflusso per la diffusione del web: un “media” la cui peculiarità è offrire informazioni in modo rapido e gratuito ha fortemente messo in discussione l’utilità dell’acquisto di testate cartacee specializzate nel recensire giochi. È quello qui preso in analisi probabilmente il settore che più e prima d’ogni altro ha subito

l’influenza dei nuovi media. I videogiochi sono un passatempo legato a maglie strette con la tecnologia, e la stragrande maggioranza dei videogiocatori, in particolar modo quelli che è lecito presupporre interessati all’acquisto di riviste di critica videoludica, sono ferrati conoscitori d’ogni ambito informatico e più che capaci di utilizzare Internet alla ricerca di informazioni utili. Questo, accanto alla sempre più rapida evoluzione dell’industria dei giochi, ha eroso l’influenza della stampa specializzata, il cui ciclo solitamente mensile di pubblicazione si è dimostrato non in grado di stare al passo con la puntualità della controparte on-line. L’esempio dell’editore britannico Future Publishing è estremamente significativo. Soltanto nel 2003 il gruppo, attivo in Italia con la filiale Future Media Italy già da due anni, presentava bilanci invidiabili, per poi sul finire del 2006 accusare un passivo addirittura pari a 96 milioni di USD. È curioso osservare come per porre freno all’emorragia di capitali la società abbia scelto proprio in Italia di arrivare quasi a monopolizzare il mercato (acquistando nell’estate del 2005 il ramo d’azienda della Xenia dedicato al settore videogiochi): risultato di questo errore strategico è stata la chiusura della sussidiaria di Future nel nostro paese, i cui magazine e siti web relativi sono stati in questi primi mesi del 2007, in cui scriviamo, rilevati in blocco da Sprea.

Mentre storiche testate cartacee hanno negli ultimi hanno visto la fine del loro percorso editoriale, come abbiamo potuto vedere un enorme numero di siti Internet ha iniziato ad occuparsi di videogame. Un giornalismo spesso amatoriale quello sul web, che anziché dare nuova linfa al settore ha finito con l'emulare quanto non si fosse già visto in passato.

Ad ogni modo, di certo non è una prossima scomparsa del giornalismo videoludico su carta quella che stiamo preconizzando, ma per quanto lo riguarda il prosieguo di una palese crisi in corso già da anni, e questo ancor più nel caso gli addetti del settore non si dimostrino capaci di trovare nuove strade per meglio impostare il loro lavoro. A tal proposito, archiviato oramai il non troppo riuscito esperimento del New Games Journalism, risulta di particolare interesse l'approccio di riviste quali *Videogiochi2.0* o di collane editoriali quali "*Ludologica - Videogames d'autore*" e "*Videoludica. Game Culture.*". Come scrive Matteo Bittanti[67], "Sorprendentemente, manca tutt'oggi una critica [videoludica] che sappia tenere conto della polisemia [del videogioco]. De facto, una vera critica del videogioco non esiste. L'informazione videoludica esistente continua a trattare, giudicare e valutare il videogioco alla stregua di una semplice merce, una forma di intrattenimento, un passatempo per

[67] http://www.videoludica.com/.

ragazzini. La grande maggioranza delle pubblicazioni videoludiche, tradizionali e on-line, non sono che "magalog", cataloghi ufficiali, brochure promozionali, guide all'acquisto, in larga parte finanziate dalle stesse società i cui prodotti dovrebbero essere giudicati.”. È un problema d’approccio, nonché etico. D’approccio in quanto si continua a dare troppo peso ad un desiderabile futuro ricercando ossessivamente anteprime e news, si continua a misurare numericamente la “qualità” del gioco in base a parametri oramai vecchi di venti e più anni (“Grafica”, “Sonoro”, “Giocabilità”, “Longevità”), si continua a non prestare attenzione alle implicazioni politiche, ideologiche, artistiche e culturali dei videogame, basando la quasi totalità dei giudizi su fattori meramente estetici, questo “come se le riviste di cinema valutassero la qualità di un film prendendo in considerazione soltanto gli effetti speciali”[68]. È un problema etico, perché le recensioni sono troppo spesso parafrasi dei comunicati diramati dalle agenzie stampa delle software house, i giornalisti sono “distratti” con viaggi-premio, omaggi e chiassose fiere d’oltreoceano, troppe riviste fanno capo direttamente a chi i videogiochi produce, e fa di essi business miliardario. L'offerta videoludica contemporanea è ricca di temi e contenuti, eppure i vecchi media, in Italia più che altrove,

[68] Ivi, cit.

tendono a presentare i videogiochi tutti come ugualmente violenti e diseducativi. È una demonizzazione tipica di chi vede la propria posizione di predominio culturale messa in discussione, e sta proprio alla critica di settore, fin qui remissiva e mai pronta a sbilanciarsi sui contenuti e l'ideologia celata in ciascun gioco, invertire la tendenza. Ad ogni modo, un nuovo corso per la critica italiana ai videogame non passa soltanto attraverso analisi profonde ed eventuali intellettualismi di sorta. Lo stile pop di riviste come *PSM* o *PSMania3.0*, per esemplificare, se riuscisse a sdoganarsi dallo stantio anonimato radicatosi nel giornalismo di settore, potrebbe puntare ad un seguito di certo più ampio ed eterogeneo rispetto a quello di una *Videogiochi*. Una nuova sintesi, tra approfondimento di stampo accademico ed intrattenimento leggero, va ricercata con grande attenzione in un futuro il più possibile prossimo.

RIFERIMENTI.

Webografia.

www.emuita.it

www.mediamente.rai.it

www.punto-informatico.it

www.thefirstplace.it

www.lastampa.it

www.repubblica.it

www.gamestudies.org

www.game-research.com

www.zzap64.co.uk

www.zzap.wide.it

it-fan-studio-vit.5minutidi.notizie.newsgroup.alice.it

www.gamerepublic.it

www.playpress.com

www.edmaster.it

it.wikipedia.org

www.gameplus.it

www.arcadiaclub.com

www.games4mac.it

www.ps2storm.com

www.gametown.it

www.retrogames.it

www.ludus.it

www.everyeye.it

www.multiplayer.it

next.videogame.it

www.iniziopartita.it

www.consolenetwork.com

www.gamestar.it

www.thefirstplace.it

www.playstationpeople.com

giochi.alice.it/home/index.html?pmk=HPcan

giochi.lycos.it

it.games.yahoo.com

www.zapster.it

giovani.it/videogiochi

www.corriere.it/Primo_Piano/Scienze_e_Tecnologie/Pixel

tgmonline.futuregamer.it

gamesradar.futuregamer.it

www.psmania.it

www.gamerepublic.it

www.videoludica.com

Bibliografia.

Periodici:

Videogiochi, Gruppo Editoriale Jackson.

Zzap!, Edizioni Hobby.

Videogame & Computer World, Derby.

Computer + VideoGames, Gruppo Editoriale Jackson.

K, Glenat Edizioni.

The Games Machine, Xenia Edizioni.

PC Action, Xenia Edizioni.

Game Power, Glenat Edizioni.

Consolemania, Xenia Edizioni.

Zeta, Studio VIT.

Super Console, Edizioni Futura.

Mega Console, Edizioni Futura.

Ufficiale PlayStation Magazine, Il Mio Castello.

PlayStation Magazine, PlayPress.

PSMania2.0, PlayPress.

Giochi per Il Mio Computer, Il Mio Castello.

PC Force, Xenia Edizioni.

PC Play Magazine, Future Media Italy.

PC Ultra, PlayPress.

DreamCast Arena, PlayPress.

Nintendo64 Magazine, PlayPress.

Official Nintendo Magazine, Xenia Edizioni.
PlayStation Nation, Xenia Edizioni.
NextStation, Next Publishing.
PlayStation Gold, Saint Martin.
La Mia Gamestation, Edizioni Master.
Fusion, Xenia Edizioni.
Play Nation 2 Magazine, Future Media Italy.
Game Master, Il Mio Castello.
Joypad, Edizioni Master.
NextAction, Next Publishing.
Game Republic, PlayPress.
PS2 Magazine Ufficiale, PlayPress.
Nintendo La Rivista Ufficiale, Future Media Italy.
Cube, PlayPress.
X-Box Magazine, PlayPress.
X-Box Magazine Ufficiale, Future Media Italy.
Videogiochi2.0, Future Media Italy.
WinMagazine Giochi, Edizioni Master.

Monografie:

Ciro Ascione
Videogames. Elogio del tempo sprecato.
(Minimum Fax, 1999)

Matteo Bittanti (a cura di)
Per una cultura dei videogames. Teoria e prassi del videogiocatore.
(Ed. Unicopli, 2002)

Matteo Bittanti (a cura di)
Gli strumenti del videogiocare. Logiche, estetiche e v/ideologie.
(Costa & Nolan, 2005)

John Borland, Brad King
Dungeons e dreamers. L'evoluzione della cultura dei computer game per giocatori e sognatori.
(McGraw-Hill, 2003)

David Jay Bolter, Richard Grusin
Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi.
(Guerini Editore, 2003)

Roger Caillois
I giochi e gli uomini. La maschera e la vertigine.
(Bompiani, 2000)

Domenico Carzo, Marco Centorrino
Tomb Raider o il destino delle passioni. Per una sociologia del videogioco.
(Guerini & Associati, 2002)

Rolando Ciofi, Dario Graziano
Giochi pericolosi? Perché i giovani passano ore tra videogiochi on-line e comunità virtuali.
(Franco Angeli, 2003)

Scott Coen
Zap: the Rise and Fall of Atari.
(McGraw-Hill, 1984)

Jaime D'Alessandro (a cura di)
C:Cube 5. Game Culture.
(Bevivino Editore, 2004)

Jaime D'Alessandro
Play 2.0. Storie e personaggi nell'era dei videogame on-line.
(Rizzoli, 2005)

Rusel DeMaria, Johnny L. Wilson
High Score!: The Illustrated History of Electronic Games.
(McGraw-Hill/Osborne, 2002)

Peter D'Hollander
Game Classic.
(Mondadori Informatica, 2005)

Winnie Forster
The Encyclopedia of Game Machines – Consoles & home computers 1972-2005.
(Winnie Forster Gameplan, 2006)

Luca Giuliano
I padroni della menzogna. Il gioco delle identità e dei mondi virtuali.
(Meltemi, 1997)

J.C. Herz
Il popolo del joystick. Come i videogiochi hanno mangiato le nostre vite.
(Feltrinelli Interzone, 1998)

Johann Huizinga
Homo Ludens.
(Einaudi, 2002)

George Jones
Gaming 101: A Contemporary History of PC and Video Games.
(Wordware Publishing, 2005)

David Kushner
Masters of Doom. Ovvero come due ragazzi hanno creato un impero e trasformato la cultura pop.
(Multiplayer.it, 2005)

Gordon Laing
Digital retro.
(Mondadori Informatica, 2004)

Pierre Levy
Cybercultura.
(Feltrinelli, 1999)

Roberto Maragliano, Marco Melai, Assunto Quadrio
Joystick. Pedagogia & videogame.
(Walt Disney Company Italia, 2003)

Gianfranco Pecchinenda
Videogiochi e cultura della simulazione. La nascita dell'"homo game".
(Laterza, 2004)

Agata Piromallo Gambardella
Le sfide della comunicazione.
(Ed. Laterza, 2001)

Rino Schembri
Lara Croft e le altre.
(Performer, 2002)

Sherry Turkle
La vita sullo schermo. Nuove identità e relazioni sociali nell'epoca di Internet.
(Apogeo, 1997)

INDICE.

pagina